

**PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP  
KEPUASAN PEMBELIAN SUSU KENTAL MANIS FOYU  
WILAYAH KABUPATEN BEKASI**

**SKRIPSI**

**Oleh :  
Robby Jaya Nugraha  
201910325526**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA  
2023**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan  
Pembelian Susu Kental Manis Foyu Wilayah  
Kabupaten Bekasi

Nama Mahasiswa : Robby Jaya Nugraha

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910325526

Program Studi/Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : Rabu, 12 Juli 2023

Jakarta, 24 Juli 2023

MENYETUJUI,

Pembimbing I

Pembimbing II

Matdio Siahaan, S.E., M.M

NIDN : 0413047002

Wirawan Widjanarko, S.E., Ak., MM.,

MBA., CMA

NIDN : 0322086605

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan  
Pembelian Susu Kental Manis Foyu Wilayah  
Kabupaten Bekasi

Nama Mahasiswa : Robby Jaya Nugraha

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910325526

Program Studi/Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : Rabu, 12 Juli 2023

Jakarta, 24 Juli 2023

MENYETUJUI,

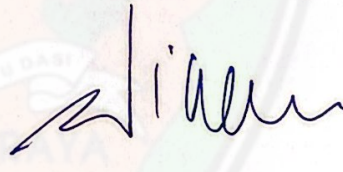
Pembimbing I



Matdio Siahaan, S.E., M.M

NIDN : 0413047002

Pembimbing II



Wirawan Widjanarko S.E., Ak., MM.,

MBA., CMA

NIDN : 0322086605

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap  
Kepuasan Pembelian Susu Kental Manis  
Foyu Wilayah Kabupaten Bekasi  
Nama Mahasiswa : Robby Jaya Nugraha  
Nomer Pokok Mahasiswa : 201910325526  
Program Studi/Fakultas : Manajemen/ Ekonomi dan Bisnis  
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 12 Juli 2023

Jakarta, 24 Juli 2023

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Tutiek Yoganingsih, S.E., M.Si. .....  
NIDN. 0302016002

Sekretaris Tim : Dody Kurniawan, S.E., M.M. .....  
Penguji NIDN. 0319087903

Penguji : Matdio Siahaan, S.E., M.M. .....  
NIDN. 0413047002

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi  
Manajemen

Dekan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Hadita, S.Pd., M.M.  
NIDN : 0329048302

Dr. Dewi Puspaningtyas Faeni B.Sc., MBA  
NIDN : 0310036407

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap  
Kepuasan Pembelian Susu Kental Manis  
Foyu Wilayah Kabupaten Bekasi  
Nama Mahasiswa : Robby Jaya Nugraha  
Nomer Pokok Mahasiswa : 201910325526  
Program Studi/Fakultas : Manajemen/ Ekonomi dan Bisnis  
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 12 Juli 2023

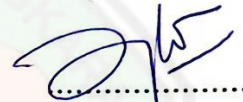
Jakarta, 24 Juli 2023

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Tutick Yoganingsih, S.E., M.Si.  
NIDN. 0302016002



Sekretaris Tim : Dody Kurniawan, S.E., M.M.  
Penguji NIDN. 0319087903



Penguji : Matdio Siahaan, S.E., M.M.  
NIDN. 0413047002



MENGETAHUI,

Ketua Program Studi  
Manajemen

Dekan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Hadita, S.Pd., M.M.  
NIDN : 0329048302



Dr. Dewi Puspaningtyas Faeni B.Sc., MBA  
NIDN : 0310036407

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Pembelian Susu Kental Manis Foyu Wilayah Kabupaten Bekasi”. Ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan Karya ilmiah.

Apabila kemudian hari ditemukan kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan di gunakan melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberi izin kepada perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikan melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 25 Juli 2023

Yang membuat pernyataan,

Robby Jaya Nugraha

201910325526

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Pembelian Susu Kental Manis Foyu Wilayah Kabupaten Bekasi”. Ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai refrensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan Karya ilmiah.

Apabila kemudian hari ditemukan kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan di gunkan melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberi izin kepada perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikan melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 25 Juli 2023

Yang membuat pernyataan,



Robby Jaya Nugraha

201910325526

iii

## **ABSTRAK**

Konsumen memiliki berbagai kesempatan untuk memperoleh produk dengan berbagai pilihan sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Konsumen juga menjadi sasaran semua perusahaan yang menyediakan barang dan jasa. Perkembangan dunia usaha ditandai dengan semakin ketatnya persaingan terutama dalam pengelolaan unit-unit bisnis korporasi. Hal ini menandai munculnya banyak perusahaan yang memasarkan berbagai macam produk berkualitas dengan harga bersaing. Produk yang ditawarkan membutuhkan strategi yang dapat digunakan secara seimbang oleh produsen di pasar. Dengan menggunakan metode kuantitatif adalah metode yang digunakan dalam penelitian untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji data statistik yang akurat. Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah tersebut, studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur dampaknya. Dalam melakukan pengujian hipotesis pada penelitian ini, penulis menggunakan Teknik analisis partial least square (PLS) dengan program SmartPLS 4.0. Berikut ini merupakan skema model outer dan inner yang di uji pada program SmartPLS 4.0 dengan menggunakan data sebesar 131 sampel responden. Berdasarkan hasil uji di jelaskan bahwa Promosi berpengaruh positif dengan nilai 0,446 dan signifikan terhadap kepuasan pembelian dan berdasarkan hasil uji di jelaskan bahwa Harga berpengaruh positif dengan nilai 0,491 dan signifikan terhadap kepuasan pembelian.

Kata Kunci : promosi, harga, kepuasan pembelian



## **ABSTRAK**

Konsumen memiliki berbagai kesempatan untuk memperoleh produk dengan berbagai pilihan sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Konsumen juga menjadi sasaran semua perusahaan yang menyediakan barang dan jasa. Perkembangan dunia usaha ditandai dengan semakin ketatnya persaingan terutama dalam pengelolaan unit-unit bisnis korporasi. Hal ini menandai munculnya banyak perusahaan yang memasarkan berbagai macam produk berkualitas dengan harga bersaing. Produk yang ditawarkan membutuhkan strategi yang dapat digunakan secara seimbang oleh produsen di pasar. Dengan menggunakan metode kuantitatif adalah metode yang digunakan dalam penelitian untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji data statistik yang akurat. Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah tersebut, studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur dampaknya. Dalam melakukan pengujian hipotesis pada penelitian ini, penulis menggunakan Teknik analisis partial least square (PLS) dengan program SmartPLS 4.0. Berikut ini merupakan skema model outer dan inner yang di uji pada program SmartPLS 4.0 dengan menggunakan data sebesar 131 sampel responden. Berdasarkan hasil uji di jelaskan bahwa Promosi berpengaruh positif dengan nilai 0,446 dan signifikan terhadap kepuasan pembelian dan berdasarkan hasil uji di jelaskan bahwa Harga berpengaruh positif dengan nilai 0,491 dan signifikan terhadap kepuasan pembelian.

Kata Kunci : promosi, harga, kepuasan pembelian

## ***ABSTRACT***

*The consumer has various opportunities to obtain products with various choices according to their wants and needs. Consumers are also the target of all companies that provide goods and services. The development of the business world is characterized by increasingly intense competition, especially in the management of corporate business units. This marks the emergence of many companies that market a wide variety of quality products at competitive prices. The products offered require a strategy that can be used in a balanced manner by producers in the market. Using quantitative methods is a method used in research to test hypotheses using accurate statistical data tests. Based on the background and formulation of the problem, this study uses a quantitative approach to measure its impact. In testing the hypothesis in this study, the authors used the partial least square (PLS) analysis technique with the SmartPLS 4.0 program. The following is a scheme of outer and inner models tested in the SmartPLS 4.0 program using data for 131 respondent samples. Based on the test results it is explained that Promotion has a positive effect with a value of 0.446 and is significant to purchase satisfaction and based on the test results it is explained that Price has a positive effect with a value of 0.491 and is significant to purchase satisfaction.*

*Keywords: promotion, price, purchase satisfaction*

## ***ABSTRACT***

*The consumer has various opportunities to obtain products with various choices according to their wants and needs. Consumers are also the target of all companies that provide goods and services. The development of the business world is characterized by increasingly intense competition, especially in the management of corporate business units. This marks the emergence of many companies that market a wide variety of quality products at competitive prices. The products offered require a strategy that can be used in a balanced manner by producers in the market. Using quantitative methods is a method used in research to test hypotheses using accurate statistical data tests. Based on the background and formulation of the problem, this study uses a quantitative approach to measure its impact. In testing the hypothesis in this study, the authors used the partial least square (PLS) analysis technique with the SmartPLS 4.0 program. The following is a scheme of outer and inner models tested in the SmartPLS 4.0 program using data for 131 respondent samples. Based on the test results it is explained that Promotion has a positive effect with a value of 0.446 and is significant to purchase satisfaction and based on the test results it is explained that Price has a positive effect with a value of 0.491 and is significant to purchase satisfaction.*

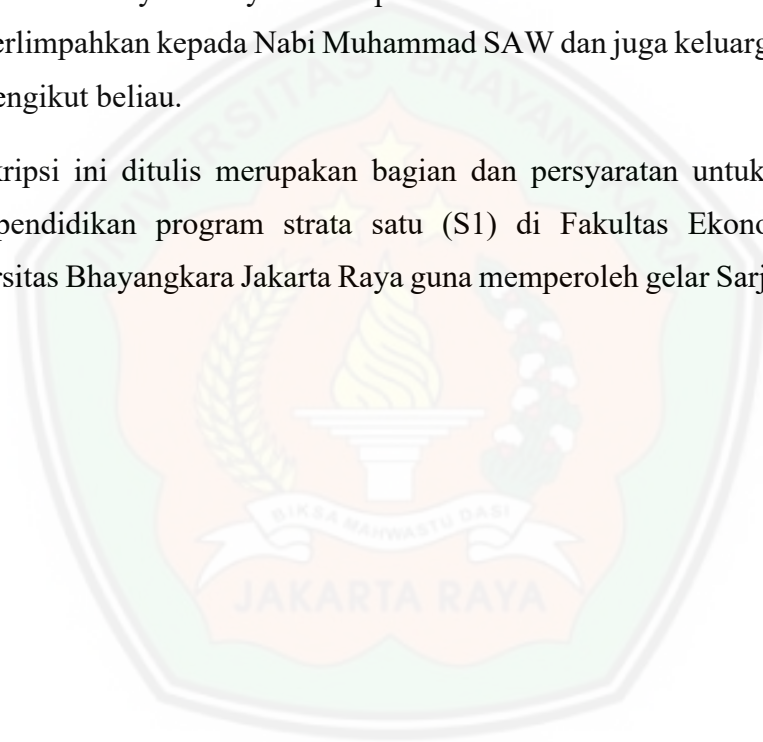
*Keywords: promotion, price, purchase satisfaction*

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim,

Dengan menyebut nama Allah yang maha pengasih lagi maha penyayang, puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya berupa ilmu pengetahuan, petunjuk dan kesehatan dalam menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Pembelian Susu Kental Manis Foyu Wilayah Kabupaten Bekasi”. Shalawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW dan juga keluarga, sahabat, serta para pengikut beliau.

Skripsi ini ditulis merupakan bagian dan persyaratan untuk menyelesaikan studi pendidikan program strata satu (S1) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen



## UCAPAN TERIMAKASIH

Dalam penyelesaian skripsi ini penulis menyadari bahwa ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih banyak kekurangan, maka dari itu kritik dan saran yang bersifat konstruktif dari semua pihak sangat penulis harapkan. Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada :

1. Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulisan skripsi ini berjalan dengan lancar.
2. Dr.Dewi Puspaningtyas Faeni, B.Sc., MBA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Hadita, S.PD., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Matdio Siahaan, S.E., M.M. sebagai dosen pembimbing I yang memotivasi, memberi masukan, serta arahan menuju hal-hal yang bersifat positif.
5. Wirawan Widjanarko, S.E., AK., M.M., MBA., CMA sebagai dosen pembimbing II yang telah membantu memberi masukan, serta arahan menuju hal-hal yang bersifat positif.
6. Ery Teguh Prasetyo, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing akademik.
7. Seluruh dosen dan tenaga pendidik Manajemen atas bimbingannya.
8. Segenap customer Susu Kaleng Kental Manis Foyu yang telah berkontribusi dalam penulisan Skripsi
9. Untuk teman-teman B2 terdekat terimakasih Nabilla dan teman-teman Arief Apri Kurnia yang telah memberikan semangat tak henti hentinya.
10. *MOBILE LEGEND Mobile Games* yang telah menjadi tempat curahan kejenahan penulis selama menjalani proses penulisan skripsi ini.
11. Dan semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang membantu sehingga skripsi ini selesai.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan hal tersebut dikarenakan adanya keterbatasan waktu dan kemampuan yang penulis miliki. Akan tetapi diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat atau menjadi referensi beberapa pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 23 Juni 2023

**Robby Jaya Nugraha**

**201910325526**

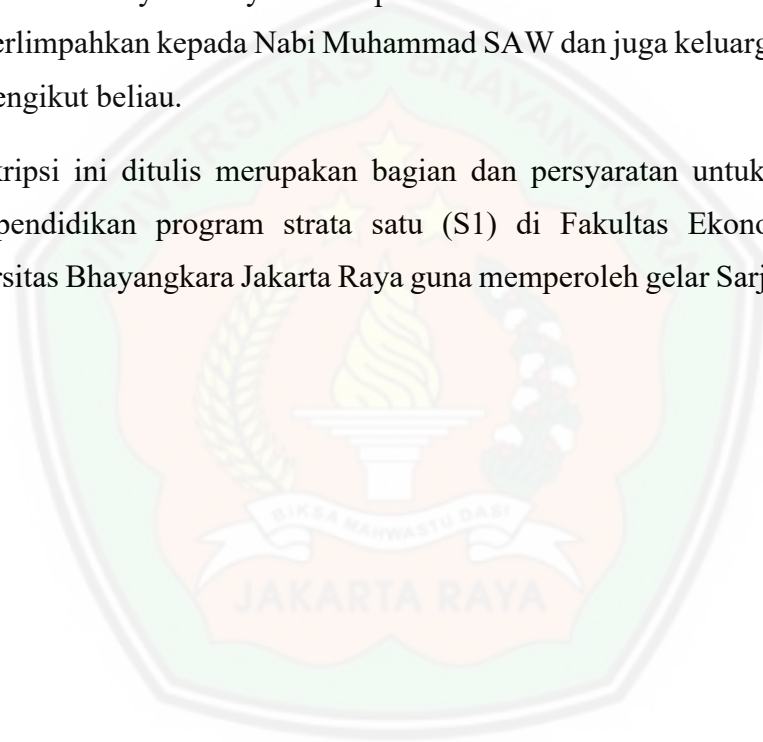


## KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim,

Dengan menyebut nama Allah yang maha pengasih lagi maha penyayang, puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya berupa ilmu pengetahuan, petunjuk dan kesehatan dalam menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Pembelian Susu Kental Manis Foyu Wilayah Kabupaten Bekasi”. Shalawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW dan juga keluarga, sahabat, serta para pengikut beliau.

Skripsi ini ditulis merupakan bagian dan persyaratan untuk menyelesaikan studi pendidikan program strata satu (S1) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen



## UCAPAN TERIMAKASIH

Dalam penyelesaian skripsi ini penulis menyadari bahwa ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih banyak kekurangan, maka dari itu kritik dan saran yang bersifat konstruktif dari semua pihak sangat penulis harapkan. Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada :

1. Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulisan skripsi ini berjalan dengan lancar.
2. Dr.Dewi Puspaningtyas Faeni, B.Sc., MBA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Hadita, S.PD., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Matdio Siahaan, S.E., M.M. sebagai dosen pembimbing I yang memotivasi, memberi masukan, serta arahan menuju hal-hal yang bersifat positif.
5. Wirawan Widjanarko, S.E., AK., M.M., MBA., CMA sebagai dosen pembimbing II yang telah membantu memberi masukan, serta arahan menuju hal-hal yang bersifat positif.
6. Ery Teguh Prasetyo, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing akademik.
7. Seluruh dosen dan tenaga pendidik Manajemen atas bimbingannya.
8. Segenap customer Susu Kaleng Kental Manis Foyu yang telah berkontribusi dalam penulisan Skripsi
9. Untuk teman-teman B2 terdekat terimakasih Nabilla dan teman-teman Arief Apri Kurnia yang telah memberikan semangat tak henti hentinya.
10. *MOBILE LEGEND Mobile Games* yang telah menjadi tempat curahan kejenahan penulis selama menjalani proses penulisan skripsi ini.
11. Dan semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang membantu sehingga skripsi ini selesai.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan hal tersebut dikarenakan adanya keterbatasan waktu dan kemampuan yang penulis miliki. Akan tetapi diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat atau menjadi referensi beberapa pihak yang membutuhkan.



Jakarta, 23 Juni 2023

**Robby Jaya Nugraha**

**201910325526**



## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN .....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan Penelitian .....	3
1.4 Manfaat Penelitian .....	3
1.5 Sistematika Tugas Akhir .....	4
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA.....</b>	<b>5</b>
2.1 Promosi.....	5
2.1.1 Indikator Promosi .....	5
2.1.2 Bentuk-Bentuk Promosi.....	5
2.2 Harga .....	7
2.2.1 Faktor Harga .....	7
2.2.2 Tujuan Harga .....	8
2.2.3 Indikator Harga.....	8
2.3 Kepuasan Pembelian .....	8
2.3.1 Indikator Kepuasan Pembelian .....	9
2.3.2 Ciri Kepuasan Pembelian .....	9
2.3.3 Faktor-Faktor Kepuasan Pembelian .....	9
2.4 Telaah Empiris.....	10
2.5 Kerangka Pemikiran .....	14
2.6 Hipotesis .....	14
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>15</b>
3.1 Desain Penelitian .....	15

<b>3.2</b>	<b>Populasi dan Sampel .....</b>	<b>15</b>
3.1.1	Sampel .....	15
<b>3.3</b>	<b>Jenis dan Sumber Data .....</b>	<b>16</b>
<b>3.4</b>	<b>Model Konseptual.....</b>	<b>16</b>
<b>3.5</b>	<b>Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran .....</b>	<b>17</b>
<b>3.6</b>	<b>Metode Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....</b>	<b>20</b>
3.6.1	Uji Validitas .....	20
3.6.2	Uji Reliabilitas .....	21
<b>3.7</b>	<b>Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model).....</b>	<b>21</b>
<b>3.8</b>	<b>Evaluasi Model Struktural (Inner Model) .....</b>	<b>22</b>
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>24</b>
<b>4.1</b>	<b>Gambaran Umum.....</b>	<b>24</b>
4.1.1	Profil Perusahaan .....	24
4.1.2	Struktur Organisasi Perusahaan .....	25
<b>4.2</b>	<b>Deskripsi Data.....</b>	<b>26</b>
4.2.1	Identitas Responden .....	26
<b>4.3</b>	<b>Hasil Analisis Data .....</b>	<b>28</b>
4.3.1	Skema Model Partial Least Square .....	28
4.3.2	Pengujian Model Pengukuran (outer model) .....	29
<b>4.4</b>	<b>Pengujian Hipotesis .....</b>	<b>36</b>
<b>BAB V PENUTUP .....</b>		<b>38</b>
<b>5.1</b>	<b>Kesimpulan .....</b>	<b>38</b>
<b>5.2</b>	<b>Implikasi Manajerial.....</b>	<b>38</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>40</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>45</b>

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN .....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan Penelitian .....	3
1.4 Manfaat Penelitian .....	3
1.5 Sistematika Tugas Akhir .....	4
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA.....</b>	<b>5</b>
2.1 Promosi.....	5
2.1.1 Indikator Promosi .....	5
2.1.2 Bentuk-Bentuk Promosi.....	5
2.2 Harga .....	7
2.2.1 Faktor Harga .....	7
2.2.2 Tujuan Harga .....	8
2.2.3 Indikator Harga.....	8
2.3 Kepuasan Pembelian .....	8
2.3.1 Indikator Kepuasan Pembelian .....	9
2.3.2 Ciri Kepuasan Pembelian .....	9
2.3.3 Faktor-Faktor Kepuasan Pembelian .....	9
2.4 Telaah Empiris.....	10
2.5 Kerangka Pemikiran .....	14
2.6 Hipotesis .....	14
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>15</b>
3.1 Desain Penelitian .....	15

<b>3.2</b>	<b>Populasi dan Sampel .....</b>	<b>15</b>
3.1.1	Sampel .....	15
<b>3.3</b>	<b>Jenis dan Sumber Data .....</b>	<b>16</b>
<b>3.4</b>	<b>Model Konseptual.....</b>	<b>16</b>
<b>3.5</b>	<b>Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran .....</b>	<b>17</b>
<b>3.6</b>	<b>Metode Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....</b>	<b>20</b>
3.6.1	Uji Validitas .....	20
3.6.2	Uji Reliabilitas .....	21
<b>3.7</b>	<b>Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model).....</b>	<b>21</b>
<b>3.8</b>	<b>Evaluasi Model Struktural (Inner Model) .....</b>	<b>22</b>
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>24</b>
<b>4.1</b>	<b>Gambaran Umum.....</b>	<b>24</b>
4.1.1	Profil Perusahaan .....	24
4.1.2	Struktur Organisasi Perusahaan .....	25
<b>4.2</b>	<b>Deskripsi Data.....</b>	<b>26</b>
4.2.1	Identitas Responden .....	26
<b>4.3</b>	<b>Hasil Analisis Data .....</b>	<b>28</b>
4.3.1	Skema Model Partial Least Square .....	28
4.3.2	Pengujian Model Pengukuran (outer model) .....	29
<b>4.4</b>	<b>Pengujian Hipotesis .....</b>	<b>36</b>
<b>BAB V PENUTUP .....</b>		<b>38</b>
<b>5.1</b>	<b>Kesimpulan .....</b>	<b>38</b>
<b>5.2</b>	<b>Implikasi Manajerial.....</b>	<b>38</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>40</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>45</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.....	19
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Umur .....	34
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	35
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan .....	36
Tabel 4.4 Hasil Outer Loading.....	38
Tabel 4.5 Hasil Average Variance Extracted.....	39
Tabel 4.6 Hasil Cross Loading.....	40
Tabel 4.7 Hasil Composite Reliability & Cronbach Alpha.....	41
Tabel 4.8 Hasil R Square (R <sup>2</sup> ) .....	42
Tabel 4.9 Hasil Q-square Predictive Relevance.....	43
Tabel 4.10 Hasil Path Coefficient (Koefisien Jalur) .....	44
Tabel 4.11 Hasil Analisis Mediasi .....	44



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.....	19
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Umur .....	34
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	35
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan .....	36
Tabel 4.4 Hasil Outer Loading.....	38
Tabel 4.5 Hasil Average Variance Extracted.....	39
Tabel 4.6 Hasil Cross Loading.....	40
Tabel 4.7 Hasil Composite Reliability & Cronbach Alpha.....	41
Tabel 4.8 Hasil R Square (R <sup>2</sup> ) .....	42
Tabel 4.9 Hasil Q-square Predictive Relevance.....	43
Tabel 4.10 Hasil Path Coefficient (Koefisien Jalur) .....	44
Tabel 4.11 Hasil Analisis Mediasi .....	44



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	22
Gambar 3. 1 Model Konseptual .....	26
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Perusahaan .....	33
Gambar 4. 2 Outer Model .....	37
Gambar 4. 3 Inner Model.....	42





## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	22
Gambar 3. 1 Model Konseptual .....	26
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Perusahaan .....	33
Gambar 4. 2 Outer Model .....	37
Gambar 4. 3 Inner Model.....	42

