



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *ELECTRONIC WORD
OF MOUTH* DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen**

Oleh:

Sintia Hapsani Putri

41221115

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
BUMIAYU**

2025



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *ELECTRONIC WORD
OF MOUTH* DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen**

Oleh:

Sintia Hapsani Putri

41221115

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
BUMIAYU**

2025

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sintia Hapsani Putri

NIM : 41221115

Jurusan : Manajemen

Memaparkan dengan jujur bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya saya sepenuhnya, dan tidak ada bagian dari tulisan atau pemikiran orang lain yang saya akui sebagai milik saya, kecuali disebutkan secara tertulis dalam naskah ini dan tercantum dalam daftar pustaka.

Apabila kemudian hari nanti terungkap atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini merupakan hasil plagiat atau bukan hasil karya asli saya, maka saya siap menerima konsekuensi berupa pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh berdasarkan skripsi ini.

Paguyangan, 2 Juli 2025

Yang membuat pernyataan,



Sintia Hapsani Putri

NIM. 41221115

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul "**Pengaruh Kualitas Produk, *Electronic Word of Mouth* dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli sebagai Variabel Mediasi**"

Oleh

Nama : **Sintia Hapsani Putri**

NIM : **41221115**

Program Studi : **Manajemen**

Fakultas : **Ekonomika dan Bisnis**

Telah dipertahankan di depan dewan penguji skripsi pada tanggal.....².....
.....bulan **Juli**..... tahun 2025.

DEWAN PENGUJI

Nama Penguji
Ketua Tim Penguji/ Pembimbing

Assoc. Prof. Dr. H. Sutarmin, S.Si., M.M.
NIDN. 0621097401

Tanda Tangan

Dosen Penguji I

Sarah Dien Hawa, S.E., M.M.
NIDN. 0622059001

Dosen Penguji II

Dr. Cici Widowati, S.P., M.S.M.
NIDN. 0616118201

Diterima dan disahkan
pada tanggal **13 Agustus 2025**


Dekan
Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Mukhlis, S.E., M.M.
NIPY. 16.02.120


Ketua
Program Studi S1 Manajemen
Sarah Dien Hawa, S.E., M.M.
NIPY. 06.01.10

ABSTRAK

Sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan sektor yang memberikan dampak krusial bagi kemajuan perekonomian Indonesia. Namun, berkembang dan bertambahnya UMKM dapat menimbulkan persaingan yang ketat antar pelaku UMKM tersebut. Maka dari itu, penelitian ini perlu dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen dengan melakukan analisis faktor kualitas produk, *electronic word of mouth*, lokasi dan minat beli sehingga nanti dapat meningkatkan pendapatan mereka. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *accidental sampling*. Responden dalam penelitian ini berjumlah 170 konsumen UMKM yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *SmartPLS* melalui metode *Structural Equation Modeling* (SEM). Hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan: 1) kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, 2) *electronic word of mouth* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. 3) lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, 4) kualitas produk berpengaruh positif terhadap minat beli, 5) *electronic word of mouth* berpengaruh positif terhadap minat beli, 6) lokasi tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen, 7) minat beli memberikan pengaruh positif terhadap keputusan pembelian, 8) minat beli memediasi kualitas produk terhadap keputusan pembelian, 9) minat beli memediasi *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian, 10) minat beli tidak memediasi lokasi terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Keputusan Pembelian, Minat Beli, Kualitas Produk, *Electronic Word of Mouth*, dan Lokasi.

ABSTRACT

The Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) sector is a sector that has a crucial impact on the progress of the Indonesian economy. However, the development and increase of MSMEs can lead to tight competition between MSME actors. Therefore, this study needs to be conducted to determine the factors that can influence consumer purchasing decisions by analyzing product quality factors, electronic word of mouth, location and purchasing interest so that they can later increase their income. This study uses a quantitative approach with the accidental sampling method. The respondents in this study were 170 MSME consumers obtained through the distribution of questionnaires. The analysis tool used in this study is SmartPLS through the Structural Equation Modeling (SEM) method. The results of the analysis in this study show: 1) product quality has a positive effect on purchasing decisions, 2) electronic word of mouth has not effect on purchasing decisions. 3) location has a positive effect on purchasing decisions, 4) product quality has a positive effect on purchasing interest, 5) electronic word of mouth has a positive effect on purchasing interest, 6) location has not effect on consumer purchasing interest, 7) purchasing interest has a positive effect on purchasing decisions, 8) purchasing interest mediates product quality on purchasing decisions, 9) purchasing interest mediates electronic word of mouth on purchasing decisions, 10) purchasing interest has not mediate location on purchasing decisions.

Keywords: *Purchasing Decisions, Purchasing Interest, Product Quality, Electronic Word of Mouth, and Location.*

MOTTO PERSEMBAHAN

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai kesanggupannya. Dia Mendapatkan (pahala) dari (kebajikan) yang dikerjakannya dan mendapatkan (siksaan) dari (kejahatan) yang diperbuatnya”

(Al-Baqarah ayat 286)

“Hatiku tenang mengetahui apa yang melewatkanmu tidak akan pernah menjadi takdirku, dan apa yang ditakdirkan bagiku tidak akan pernah melewatkanmu”

(Umar bin Khatab)

“Perang telah usai, aku bisa pulang

Kubaringkan panah dan berteriak MENANG!”

(Nadin Amizah)

“Selalu ada harga dalam suatu proses. Nikmati saja lelah itu dan lebankalah rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu serupa yang kau impikan, mungkin tidak selalu berjalan lancar. Tapi nanti gelombang itu yang dapat kau ceritakan”

(Boy Candra)

“Apapun yang terjadi semasa selama berproses, pulanglah sebagai sarjana. Selama pilar kehidupanku utuh semua akan terasa baik-baik saja”

(Penulis)

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga saya dapat menyusun skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Kualitas produk, *Electronic word of mouth* dan Lokasi terhadap Keputusan pembelian melalui Minat beli sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Produk UMKM Pangan di Kecamatan Margasari)”. Penulisan ini dilakukan guna memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen pada program Studi S-1 Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban. Saya mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang sudah membantu saya dalam menyusun skripsi ini, karena tanpa bantuan dari berbagai pihak yang membantu saya, pastinya akan kesulitan dalam menjalankan proses ini dari awal perkuliahan hingga tahap penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati dan penuh hormat saya mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Assoc. Prof. Dr. Kadarisman, S.H., M.Si. selaku Rektor Universitas Peradaban.
2. Bapak Mukhroji, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Peradaban.
3. Ibu Sarah Dien Hawa, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban.
4. Bapak Assoc. Prof. Dr. Sutarmin, S.Si., M.M., selaku dosen pembimbing skripsi yang sudah berkenan memberikan ilmu dan pikiran, waktu, tenaga dan kesabarannya dalam mengarahkan serta memberikan masukan yang membangun sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

5. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Terimakasih atas pengalaman dan pengetahuan telah diberikan kepada penulis selama menyelesaikan proses studi ini.
6. Teristimewa dan paling istimewa cinta pertama anak perempuan ini, bapak Warkim. Terimakasih atas setiap tetes keringat dalam setiap langkah dan kerja keras yang selalu bapak jalankan untuk memberikan yang terbaik bagi penulis. Terimakasih kepada bapak yang selalu mengusahakan banyak hal bagi anak perempuan pertama ini dalam menempuh pendidikan setinggi-tingginya meskipun beliau sendiri hanya menempuh pendidikan hingga tahap dasar. Rasanya ucapan terimakasih saja tidak cukup untuk membalas kerja keras dan cucuran keringat yang engkau tukarkan dengan sebuah rupiah yang engkau gunakan untuk anakmu mencapai tahap ini dan dapat mengenyam pendidikan setinggi ini. Terimakasih sudah menjadi sandaran bagi penulis saat merasa lelah dan ingin menyerah, sudah menjadi cinta pertama dan panutan bagi anak perempuan pertama ini dan mengajarkan bahwa penulis mampu dan tangguh menjalankan proses ini. Terakhir, terimakasih atas pengorbanan yang tiada hentinya dan segala hal yang sudah diberikan selama ini.
7. Untuk wanita tangguh nan istimewa, ibu Tarsih. Terimakasih ibu atas doa-doa terkucur deras tiada hentinya bagi penulis, memberikan motivasi, pesan dan pelajaran hidup yang berharga. Terimakasih kepada ibu yang selalu mengusahakan banyak hal bagi anak perempuan pertama ini dalam menempuh pendidikan setinggi-tingginya meskipun mereka beliau sendiri hanya menempuh pendidikan hingga tahap dasar. Terimakasih sudah mendampingi penulis dalam setiap langkah dan usaha penulis agar menjadi perempuan yang

berpendidikan. Terimakasih atas kasih sayang yang besar dan tak lekang waktu, atas kesabaran yang luas, selalu menjadi pelita dalam setiap langkah penulis dan mengajarkan penulis bahwa perempuan harus berpendidikan dan berdiri di kaki sendiri. Terakhir, penulis terimakasih kepada ibunda tercinta atas setiap tetes keringat yang sudah ibu korbakan dan menjadi saksi kerasnya ibu dalam mendidik membesarkan dan mengasihi penulis, layaknya burung flaminggo yang berkorban dan kehilangan rona warnanya demi membesarkan anak-anaknya.

8. Kepada adik perempuanku, Cahaya Leona Prandita. Terimakasih atas setiap dukungan, doa serta tawa yang diberikan disaat penulis letih. Terimakasih sudah menjadi adik dan teman berbagi cerita serta selalu menemani penulis dalam suka dan duka. Terimakasih atas sambutan dan senyum ceria yang selalu diberikan ketika penulis kembali kerumah dan terimakasih untuk setiap pelukan hangat yang menyalurkan semangat kepada penulis.
9. Terimakasih kepada pria yang tidak penulis duga akan hadir dan menemani penulis di kala penulis sedang tak tentu arah dan kebingungan. Pria berinisial A, pria baik dan penyayang yang saat ini menjadi sandaran bagi penulis selama berproses dan bertumbuh. Terimakasih sudah menjadi pasangan sekaligus sahabat penulis. Terimakasih sudah menemani pasang surut penulis dalam melangkah dan berproses selama mengerjakan tugas akhir ini, memberikan dukungan, menenangkan dan meyakinkan penulis bahwa semua akan selesai, serta selalu menjadi penghibur dan pelipur lara dikala penulis lelah dan ingin menyerah. Terakhir, penulis ucapkan terimakasih karena sudah membantu

penulis dalam menyelesaikan laporan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan tepat waktu.

10. Terimakasih kepada Isma Laelyah, Siti Nurfadilah, Leony Agustina, Mutia Octa Priyana dan Indah Agustina, Al Ivatul Aen dan Iza Aulia Rahmawari, terimakasih sudah menjadi teman dalam suka dan duka, selalu memberikan doa, dukungan dan bantuan kepada penulis baik secara material dan non material sehingga penulis selalu termotivasi dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.
11. Terimakasih kepada teman-teman Program Studi S-1 Manajemen Angkatan 2021, atas keceriaan dan kehangatan yang diberikan selama mengenyam pendidikan bersama dan menyelesaikan pendidikan di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini jauh dari sempurna. Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan memberikan sumbangsih bagi ilmu pengetahuan manajemen pemasaran.

Paguyangan, 2 Juli 2025



Sintia Hapsani Putri

NIM.41221115

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	16
C. Tujuan Penelitian	17
D. Manfaat Penelitian	18
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PERUMUSAN MODEL PENELITIAN .	20
A. Telaah Pustaka	20
1. Keputusan Pembelian.....	20
2. Minat Beli.....	22
3. Kualitas Produk.....	25
4. <i>Electronic Word of Mouth</i>	28

5. Lokasi.....	31
B. Perumusan Model Penelitian	33
1. Penelitian Terdahulu	33
2. Perumusan Hipotesis	39
3. Kerangka Berpikir dan Model Penelitian.....	49
BAB III METODE PENELITIAN DAN TEKNIK ANALISIS DATA.....	53
A. Metode Penelitian	53
1. Jenis Penelitian.....	53
2. Lokasi Penelitian	53
3. Waktu Penelitian	53
4. Populasi dan Sampel	53
5. Sumber Data.....	55
6. Teknik Pengumpulan Data	56
7. Definisi Konsep dan Operasional.....	57
B. Teknik Analisis Data.....	68
1. Analisis Deskriptif.....	69
2. Analisis SEM (<i>Structural Equation Modeling</i>).....	70
3. Evaluasi PLS (<i>Past Least Square</i>)	72
4. Evaluasi Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	73
5. Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	78
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	88
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	88
1. Sejarah UMKM Margasari	88
B. Gambaran Umum Responden.....	89

1. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	91
2. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia.....	92
3. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan...	93
4. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Asal Desa.....	95
C. Analisis Data dan Pembahasan	96
1. Analisis Deskriptif	96
2. Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	116
3. Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	133
4. Pembahasan	154
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	178
A. Kesimpulan	178
B. Saran	180
DAFTAR PUSTAKA	185
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	195

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data UMKM Provinsi Jawa Tengah Tahun 2018-2024	3
Tabel 2. Data UMKM Provinsi Jawa Tengah Tahun 2020-2023	4
Tabel 3. Data UMKM Kabupaten Tegal Tahun 2020-2022	5
Tabel 4. Data UMKM Sektor Pangan Kecamatan Margasari Tahun 2020-2023	7
Tabel 5. Data Pendapatan UMKM Kecamatan Margasari Tahun 2019-2023	8
Tabel 6. Kesenjangan Penelitian Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	10
Tabel 7. Kesenjangan Penelitian Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian.....	11
Tabel 8. Kesenjangan Penelitian Lokasi terhadap Keputusan Pembelian	14
Tabel 9. Skala Likert	57
Tabel 10. Operasional Variabel Keputusan Pembelian.....	61
Tabel 11. Operasional Variabel Minat Beli	62
Tabel 12. Operasional Variabel Kualitas Produk.....	63
Tabel 13. Operasional Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i>	65
Tabel 14. Operasional Variabel Lokasi.....	67
Tabel 15. Interpretasi Nilai Indeks	70
Tabel 16. Rangkuman Evaluasi Model Pengukuran <i>Partial Least Square (PLS)</i>	86
Tabel 17. Metode Distribusi Kuesioner	90
Tabel 18. Total Kuesioner.....	91
Tabel 19. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	92

Tabel 20. Responden Berdasarkan Usia.....	92
Tabel 21. Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan.....	94
Tabel 22. Responden Berdasarkan Asal Desa.....	95
Tabel 23. Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	97
Tabel 24. Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Lanjutan).....	98
Tabel 25. Deskriptif Variabel Minat Beli	101
Tabel 26. Deskriptif Variabel Minat Beli (Lanjutan).....	102
Tabel 27. Deskriptif Variabel Kualitas Produk.....	104
Tabel 28. Deskriptif Variabel Kualitas Produk (Lanjutan).....	105
Tabel 29. Deskriptif Variabel Kualitas Produk (Lanjutan).....	106
Tabel 30. Deskriptif Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i>	109
Tabel 31. Deskriptif Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i> (Lanjutan).....	110
Tabel 32. Deskriptif Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i> (Lanjutan).....	111
Tabel 33. Deskriptif Variabel Lokasi.....	113
Tabel 34. Deskriptif Variabel Lokasi (Lanjutan).....	114
Tabel 35. Nilai <i>Outer Loading</i> Konstruk Eksogen (Independen)	
Kualitas Produk	118
Tabel 36. Nilai <i>Outer Loading</i> Konstruk Eksogen (Independen) ⁹	
<i>Electronic Word of Mouth</i>	119
Tabel 37. Nilai <i>Outer Loading</i> Konstruk Eksogen (Independen)	
Lokasi	119
Tabel 38. Nilai <i>Outer Loading</i> Konstruk Mediasi Minat Beli	120
Tabel 39. Nilai <i>Outer Loading</i> Konstruk Endogen (Dependen)	
Keputusan Pembelian.....	120

Tabel 40. Evaluasi Konstruk Reliabilitas dan Validitas (<i>Construct Reliability dan Validity</i>).....	122
Tabel 41. Nilai <i>Fornell-Larcker</i> pada Evaluasi <i>Validity Discriminant</i>	123
Tabel 42. Nilai <i>Cross Loading</i> pada Evaluasi <i>Validity Discriminant</i>	124
Tabel 43. Nilai <i>Cross Loading</i> pada Evaluasi <i>Validity Discriminant</i> (Lanjutan)	125
Tabel 44. Nilai <i>Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)</i> pada Evaluasi <i>Validity Discriminant</i>	127
Tabel 45. Kolinearitas Statistik (<i>Colinearity Statistic/Outer VIF</i>)	128
Tabel 46. Kolinearitas Statistik (<i>Colinearity Statistic/Outer VIF</i>) (Lanjutan)	129
Tabel 47. Evaluasi Signifikansi dan Relevansi <i>Outer Weights</i>	130
Tabel 48. Evaluasi Signifikansi dan Relevansi <i>Outer Weights</i> (Lanjutan).....	131
Tabel 49. Evaluasi Kolinearitas (<i>Collinearity VIF / Inner VIF</i>)	132
Tabel 50. Evaluasi Koefisien Determinasi (<i>R-Square</i>).....	133
Tabel 51. Evaluasi Koefisien Efek (F^2)	134
Tabel 52. Evaluasi Relevansi Prediktif (Q^2)	136
Tabel 53. Evaluasi Prediksi PLS (<i>PLS Predict</i>).....	138
Tabel 54. Signifikansi dan Relevansi Koefisien Jalur (<i>Path Coefficient</i>).....	139
Tabel 55. Konfidensi Interval 95% (<i>Direct</i>)	141
Tabel 56. Konfidensi Interval 95% (<i>Indirect</i>).....	142
Tabel 57. Pengujian Hipotesis secara Langsung (<i>Direct Effect</i>).....	144
Tabel 58. Kesimpulan Uji Hipotesis secara Langsung (<i>Direct Effect</i>)	148
Tabel 59. Pengujian Hipotesis secara Tidak Langsung (<i>Indirect Effect</i>).....	149

Tabel 60. Kesimpulan Uji Hipotesis secara Tidak Langsung (<i>Indirect Effect</i>)	151
Tabel 61. Evaluasi Kesesuaian Model (<i>Model Fit</i> atau <i>SRMS</i>)	152
Tabel 62. Rangkuman Hasil Penelitian.....	153

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran.....	51
Gambar 2. Model Penelitian	52
Gambar 3. Susunan Organisasi GERUMMAR.....	89
Gambar 4. Hasil Uji <i>Outer Model</i>	117

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Transkrip Wawancara	195
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian.....	198
Lampiran 3. Tabulasi Data Keputusan Pembelian.....	209
Lampiran 4. Tabulasi Data Minat Beli.....	214
Lampiran 5. Tabulasi Data Kualitas Produk.....	219
Lampiran 6. Tabulasi Data <i>Electronic Word of Mouth</i>	224
Lampiran 7. Tabulasi Data Lokasi	229
Lampiran 8. Gambar Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	234
Lampiran 9. <i>Output Nilai Loading Factor</i>	235
Lampiran 10. <i>Output Construct Reliability dan Validity</i>	236
Lampiran 11. <i>Output Fornell-Lacker Critetion (Loading Factor)</i>	237
Lampiran 12. <i>Output Cross Loading (Loading Factor)</i>	238
Lampiran 13. <i>Output HTMT (Loading Factor)</i>	239
Lampiran 14. <i>Output Kolinearitas Statistik (Collinearity Inner VIF)</i>	240
Lampiran 15. <i>Output Signifikansi dan Relevansi Outer Weights</i>	241
Lampiran 16. <i>Output Collinearity Statistic (Inner VIF)</i>	242
Lampiran 17. <i>R-Square</i>	243
Lampiran 18. <i>F-Square</i>	244
Lampiran 19. <i>Output Q² Predictive Relevance</i>	245
Lampiran 20. <i>Output Hasil Perhitungan PLS-Predict</i>	246
Lampiran 21. <i>Output T-Statistic</i>	247
Lampiran 22. <i>Output Konfidensi Interval 95% (Interval Confidence 95%)</i>	248
Lampiran 23. <i>Output Total Direct Effect</i>	249

Lampiran 24. <i>Output Total Indirect Effect</i>	250
Lampiran 25. <i>Output Model Fit (SRMR)</i>	251
Lampiran 26. Daftar Riwayat Hidup.....	252