

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN MOTTO	iv
KATA PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRACT	vii
RINGKASAN	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Kegunaan Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
2.2 Landasan Teori	21

2.2.1 Definisi dan Konsep Inti Pemasaran	21
2.2.2 Persepsi Konsumen	25
2.2.3 Gaya Hidup	27
2.2.4 Diversifikasi Produk	28
2.2.5 Kualitas Produk.....	30
2.2.6 Kepuasan Konsumen.....	31
2.2.7 Eksistensi Usaha	32
2.2.8 Korelasi Antara Persepsi Konsumen, Gaya Hidup. Diversifikasi Produk, Kualitas Produk dengan Eksistensi Usaha Dimediasi oleh Kepuasan Konsumen.....	33
2.3 Kerangka Berpikir	35
2.4 Hipotesis	37
BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	38
3.2 Jenis Penelitian	38
3.3 Teknik Sampling	39
3.4 Metode Pengumpulan Data	40
3.4.1 Sumber Data.....	40
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.5 Operasional Variabel	43
3.5.1 Variabel Eksogen (X).....	43

3.5.2 Variabel Intervening (Z)	48
3.5.3 Variabel Endogen (Y)	49
3.6 Metode Analisis Data	50
3.6.1 <i>Structural Equation Modelling (SEM)</i>	50
3.6.2 <i>Partial Least Square (PLS)</i>	51
3.6.3 <i>Measurement Model</i>	52
3.6.4 <i>Structural Model</i>	54
3.6.5 Uji Mediasi	55
3.6.6 Keputusan Hipotesis	56
3.7 Jadwal Penelitian	59
BAB IV KEADAAN UMUM DAERAH PENELITIAN	60
4.1 Sejarah Nasi Boran Lamongan	60
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	63
5.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia dan Jenis Kelamin	63
5.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	63
5.3 Tabel Distribusi Frekuensi Variabel Persepsi (X1)	65
5.4 Tabel Distribusi Frekuensi Variabel Gaya Hidup (X2)	66
5.5 Tabel Distribusi Frekuensi Variabel Diversifikasi Produk (X3)	67
5.6 Tabel Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Produk (X4)	68
5.7 Tabel Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Konsumen (Z)	69
5.8 Tabel Distribusi Frekuensi Variabel Eksistensi Usaha (Y)	70

5.9 Measurement Model.....	71
5.9.1 Uji Validitas Konstruk	71
5.9.2 Uji Reliabilitas	75
5.10 Structural Model.....	76
5.11 Uji Mediasi	78
5.12 Uji Hipotesis.....	81
5.13 Pembahasan	86
5.13.1 Analisis Persepsi (X_1) terhadap Eksistensi Usaha (Y) Nasi Boran Lamongan.....	86
5.13.2 Analisis Gaya Hidup (X_2) terhadap Eksistensi Usaha (Y) Nasi Boran Lamongan.....	87
5.13.3 Analisis Diversifikasi Produk (X_3) terhadap Eksistensi Usaha (Y) Nasi Boran Lamongan.....	90
5.13.4 Analisis Kualitas Produk (X_4) terhadap Eksistensi Usaha (Y) Nasi Boran Lamongan	91
5.13.5 Analisis Persepsi (X_1) terhadap Kepuasan Konsumen (Z) Nasi Boran Lamongan.....	93
5.13.6 Analisis Gaya Hidup (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Z) Nasi Boran Lamongan	94
5.13.7 Analisis Diversifikasi Produk (X_3) terhadap Kepuasan Konsumen (Z) Nasi Boran Lamongan.....	95

5.13.8 Analisis Kualitas Produk (X4) terhadap Kepuasan Konsumen (Z) Nasi Boran Lamongan	96
5.13.9 Analisis Kepuasan Konsumen (Z) terhadap Eksistensi Usaha (Y) Nasi Boran Lamongan	97
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	99
6.1 Kesimpulan.....	99
6.1.1 <i>Measurement Model</i>	99
6.1.2 <i>Structural Model</i>	99
6.1.3 Uji Mediasi.....	99
6.1.4 Uji Hipotesis	100
6.2 Saran	101
DAFTAR PUSTAKA	103
DAFTAR LAMPIRAN	109

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3. 1 Tabel Skala Pengukuran	41
Tabel 3. 2 Jadwal Penelitian	59
Tabel 5. 1 Jawaban Responden Berdasarkan Usia dan Jenis Kelamin	63
Tabel 5. 2 Jawaban Responden Berdasarkan Pekerjaan	63
Tabel 5. 3 Tabel Distribusi Frekuensi Variabel Persepsi (X₁)	65
Tabel 5. 4 Tabel Distribusi Frekuensi Variabel Gaya Hidup (X₂)	66
Tabel 5. 5 Tabel Distribusi Frekuensi Variabel Diversifikasi Produk (X₃) ...	67
Tabel 5. 6 Tabel Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Produk (X₄)	68
Tabel 5. 7 Tabel Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Konsumen (Z) ...	69
Tabel 5. 8 Tabel Distribusi Frekuensi Variabel Eksistensi Usaha (Y)	70
Tabel 5. 9 Tabel Uji Validitas Konvergen	71
Tabel 5. 10 Tabel <i>Cross Loading</i>	74
Tabel 5. 11 Tabel Uji Reliabilitas	75
Tabel 5. 12 Uji <i>R-Square</i>	77
Tabel 5. 13 Uji <i>Path Coeficient</i>	79
Tabel 5. 14 <i>Specific Indirect Effect</i>	80
Tabel 5. 15 Tabel Uji Hipotesis	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1. 1 Grafik Data UMKM di Indonesia 2022	2
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	36
Gambar 3. 1 <i>Structural Model</i>	54
Gambar 4. 1 Penjual Nasi Boran di Lamongan	60
Gambar 5. 1 <i>Structural Model</i>	77
Gambar 5. 2 Ulasan Persepsi Konsumen terhadap Nasi Boran Lamongan..	87
Gambar 5. 3 Ulasan Konsumen terhadap Nasi Boran Lamongan	89
Gambar 5. 4 Ulasan Konsumen terhadap Nasi Boran Lamongan	90
Gambar 5. 5 Ulasan Konsumen terhadap Nasi Boran Lamongan	92
Gambar 5. 6 Ulasan Persepsi Konsumen terhadap Nasi Boran Lamongan..	94
Gambar 5. 7 Ulasan Konsumen terhadap Nasi Boran Lamongan	96

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	109
Lampiran 2 Jawaban Kuesioner Variabel Persepsi (X ₁).....	114
Lampiran 3 Jawaban Kuesioner Variabel Gaya Hidup (X ₂).....	118
Lampiran 4 Jawaban Kuesioner Variabel Diversifikasi Produk (X ₃)	122
Lampiran 5 Jawaban Kuesioner Variabel Kualitas Produk (X ₄)	126
Lampiran 6 Jawaban Kuesioner Variabel Kepuasan Konsumen (Z).....	130
Lampiran 7 Jawaban Kuesioner Eksistensi Usaha (Y)	134
Lampiran 8 Tabel Hasil Uji Path Coeficient	138
Lampiran 9 Tabel Hasil Uji Specific Indirect Effect	140
Lampiran 10 Tabel Hasil Uji Hipotesis.....	141
Lampiran 11 Kartu Bimbingan Skripsi.....	144
Lampiran 12 Surat Keterangan Tes Kesamaan (Similarity).....	145
Lampiran 13 Dokumentasi Pengambilan Data Primer (Kuesioner).....	147