

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT
PEMBELIAN KONSUMEN TERHADAP BERAS ORGANIK
MELALUI *LIVE STREAMING E-COMMERCE* DI WILAYAH
JABODETABEK**

PRITA PRAMESTI



**PROGRAM MAGISTER ILMU MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PERNYATAAN MENGENAI TESIS DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis dengan judul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Pembelian Konsumen Terhadap Beras Organik Melalui *Live Streaming E-Commerce* di Wilayah Jabodetabek” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir tesis penelitian ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Agustus 2025

Prita Pramesti
NIM H2501231026

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

RINGKASAN

PRITA PRAMESTI. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Pembelian Konsumen terhadap Beras Organik melalui *Live Streaming E-Commerce* di Wilayah Jabodetabek. Dibimbing oleh MIMIN AMINAH, IRNI RAHMAYANI JOHAN dan LA SINAINI.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi niat pembelian konsumen terhadap beras organik melalui *live streaming e-commerce* di wilayah Jabodetabek. Penelitian ini dilatar belakangi oleh semakin tingginya kesadaran masyarakat terhadap gaya hidup sehat dan keberlanjutan lingkungan, yang mendorong peningkatan konsumsi produk-produk organik, termasuk beras. Beras organik dinilai lebih sehat karena dibudidayakan tanpa pestisida dan bahan kimia sintetis, serta memberikan manfaat bagi kelestarian lingkungan. Meskipun demikian, kendala utama dalam pembelian beras organik terletak pada keterbatasan akses karena umumnya hanya tersedia di supermarket tertentu. Hal ini menjadikan strategi pemasaran melalui platform digital menjadi salah satu solusi potensial. Dengan semakin majunya teknologi digital dan meningkatnya tren belanja online, fitur *live streaming* di *e-commerce* dinilai sebagai salah satu inovasi pemasaran yang menjanjikan.

Fitur ini memungkinkan pemasar menyampaikan informasi secara langsung, interaktif, dan *real-time* kepada konsumen, sehingga diharapkan dapat meningkatkan niat pembelian (*purchase intention*). Oleh karena itu, penelitian ini menyoroti bagaimana *information quality*, *service quality*, dan *social presence* dalam sesi *live streaming* dapat memengaruhi niat pembelian konsumen (*purchase intention*) terhadap beras organik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *Partial Least Square – Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Data diperoleh dari 285 responden yang pernah melihat atau membeli beras organik melalui *live streaming e-commerce* di wilayah Jabodetabek. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan kriteria responden berusia minimal 18 tahun dan memiliki pengalaman berbelanja produk beras organik secara *live*. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring dan wawancara mendalam untuk memperkuat hasil analisis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *information quality*, *service quality*, dan *social presence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention* baik secara langsung maupun tidak langsung melalui *customer satisfaction*. Temuan ini menegaskan bahwa kualitas penyampaian informasi, pelayanan yang responsif dan hangat, serta interaksi sosial yang baik selama *live streaming* memainkan peran penting dalam membentuk persepsi positif konsumen dan meningkatkan kemungkinan terjadinya pembelian. Selain itu, karakteristik demografi seperti status pernikahan, cara pembelian, dan daerah asal terbukti turut memengaruhi niat pembelian konsumen. Hal ini menjadi pertimbangan strategis dalam segmentasi pasar dan penentuan target konsumen yang lebih tepat sasaran.

Implikasi manajerial dari penelitian ini menunjukkan bahwa pemasar beras organik perlu meningkatkan kualitas informasi yang disampaikan, memperkuat pelayanan konsumen selama sesi *live streaming*, serta membangun hubungan yang lebih dekat dan interaktif dengan konsumen. Pemanfaatan fitur *live streaming* tidak hanya dapat meningkatkan eksposur produk, tetapi juga membentuk pengalaman



belanja yang menyenangkan dan memuaskan, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan niat pembelian. Pemasar juga disarankan untuk menyesuaikan gaya komunikasi, waktu pelaksanaan *live streaming*, dan penggunaan *influencer* yang mampu menciptakan suasana interaktif dan persuasif. Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis pada pengembangan model niat pembelian dalam konteks pemasaran digital berbasis *live streaming*, khususnya pada produk pertanian organik. Adapun rekomendasi untuk penelitian selanjutnya mencakup eksplorasi terhadap faktor-faktor lain seperti durasi optimal *live streaming*, preferensi platform *e-commerce* yang lebih spesifik, serta produk-produk lain seperti produk kecantikan dan perawatan diri.

Kata Kunci : beras organik, *e-commerce*, *live streaming*, PLS-SEM, *purchase intention*.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

SUMMARY

PRITA PRAMESTI. Factors Influencing Consumers' Purchase Intention of Organic Rice through Live Streaming E-Commerce in the Jabodetabek Area. Supervised by MIMIN AMINAH, IRNI RAHMAYANI JOHAN and LA SINAINI.

This study aims to analyze the factors that influence consumers' purchase intention toward organic rice through live streaming e-commerce in the Greater Jakarta area (Jabodetabek). The background of this research is rooted in the growing awareness of healthy lifestyles and environmental sustainability, which has increased the demand for organic food products, including rice. Organic rice is considered healthier due to the absence of synthetic chemicals in its cultivation and also provides environmental benefits. However, the main obstacles in purchasing organic rice include its relatively higher price and limited availability, as it is typically only found in large supermarkets. These limitations highlight the need for alternative and effective marketing strategies, particularly through digital platforms with the advancement of digital technology and the rising trend of online shopping, the live streaming feature in e-commerce has emerged as a promising marketing innovation.

This feature allows sellers to deliver information directly, interactively, and in real-time, thus improving purchase intention. Consequently, this research focuses on examining how information quality, service quality, and social presence during live streaming influence purchase intention for organic rice products. This study employs a quantitative approach using the Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method. Data were collected from 285 respondents who had watched or made purchases of organic rice through live streaming on e-commerce platforms in the Jabodetabek area. A purposive sampling technique was applied with criteria including respondents aged 18 years or older and prior experience purchasing organic rice online. Data were gathered via online questionnaires and in-depth interviews to support the quantitative findings. The results indicate that information quality, service quality, and social presence have significant and positive effects on purchase intention, both directly and indirectly through the mediating role of customer satisfaction.

These findings affirm the importance of delivering clear and trustworthy information, responsive service, and warm social interaction during live sessions in shaping consumers' positive perceptions and increasing their willingness to buy. Additionally, demographic factors such as age and education level were found to influence purchase intention. Consumers with higher education levels and those in productive age groups tend to have more positive perceptions of organic products and are more open to digital purchasing platforms. This insight is useful for marketers to better segment their target audience and design more effective strategies. The practical implications of this study suggest that organic rice marketers should focus on improving the quality of information delivered during live streaming, ensure excellent customer service, and establish a socially engaging environment during online sessions.

The use of live streaming not only enhances product visibility but also creates a satisfying and interactive shopping experience that ultimately drives purchase intention. Marketers are also encouraged to tailor their communication

style, schedule live sessions at optimal times, and consider using hosts or influencers who can engage audiences effectively and persuasively. The theoretical contribution of this research lies in expanding the model of purchase intention within the context of digital marketing, specifically through live streaming for organic agricultural products. For future research, it is recommended to explore other influencing factors such as optimal streaming duration, platform preferences, and the role of trust and brand image in shaping online consumer behavior toward organic products.

Keywords : : e-commerce, live streaming, organic rice, PLS-SEM, purchase intention.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2025
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip Sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan Pendidikan, penelitian, penelitian karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang menggunakan dan memperbanyak Sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT
PEMBELIAN KONSUMEN TERHADAP BERAS ORGANIK
MELALUI *LIVE STREAMING E-COMMERCE* DI WILAYAH
JABODETABEK**

PRITA PRAMESTI

Tesis
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Magister pada
Program Studi Ilmu Manajemen

**PROGRAM MAGISTER ILMU MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

Tim Penguji pada Ujian Tesis:

- 1 Dr. Ir. Joko Purwono M.S .
- 2 Dr. Ir. Mimin Aminah, M.M.



IPB University
— Bogor Indonesia —

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University



Judul Tesis : Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Pembelian Konsumen terhadap Beras Organik Melalui *Live Streaming E-Commerce* di Wilayah Jabodetabek

Nama : Prita Pramesti

NIM : H2501231026

Hak cipta milik IPB University

Disetujui oleh

Pembimbing 1 :

Dr. Ir. Mimin Aminah, M.M.

Pembimbing 2 :

Dr. Irni Rahmayani Johan, S.P., M.M.

Pembimbing 3 :

Dr. La Sinaini, S.P., M.Si.

Diketahui oleh

Ketua Program Magister Ilmu Manajemen:

Dr. Furqon Syarief Hidayatulloh S.Ag., M.Pd.I

NIP 197703122005011003

Dekan Fakultas Ekonomi dan Manajemen:

Prof. Dr. Irfan Syauqi Beik, S.P., M.Sc.Ec.

NIP 197904222006041002



Tanggal Ujian:
31 Juli 2025

Tanggal Pengesahan: 08 AUG 2025



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PRAKATA

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga tesis ini berhasil diselesaikan. Penelitian ini berisi penelitian dalam rangka penyusunan tugas akhir tesis untuk menyelesaikan Pendidikan Magister di Program Studi Ilmu Manajemn Institut Pertanian Bogor (IPB) yang berjudul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Pembelian Konsumen Terhadap Beras Organik Melalui *Live Streaming E-Commerce* Di Wilayah Jabodetabek”. Penulis menyadari bahwa penyusunan tesis ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, sehingga penulis mengucapkan terima kasih atas bantuan, dorongan, dan bimbingan kepada berbagai pihak antara lain:

1. Kedua orang tua Bapak Wahidin dan Ibu Eny Yusnaeni yang selalu memberikan dukungan baik moril maupun materil, doa, serta hal lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
2. Ibu Dr. Ir. Mimin Aminah, M.M. sebagai ketua komisi, Ibu Dr. Irni Rahmayani Johan, S.P., M.M. sebagai anggota komisi satu, dan Bapak Dr. La Sinaini, S.P., M.Si. yang telah membimbing penulis selama penyusunan tesis ini.
3. Pimpinan, segenap staf pengajar, dan segenap pegawai Program Magister Ilmu Manajemen IPB yang telah memberikan ilmu dan bantuan kepada penulis.
4. Pasanganku, Ahnif Jusmansyah Laksono yang selalu memberi bantuan kepada penulis dalam mengerjakan tugas akhir
5. Sahabatku, Andi Zahira Al Humairoh, Dea Amelia, Shafira Qonita Kahirina, Muyassaroh, Arum Ratnaning Ratri, Desi Prabandari Kusuma Ningtyas, Putri Nadila Octavialina Nurani, dan Wivan Febriansyah.
6. Tenaga akademik Program Studi Ilmu Manajemen IPB, Mas Yusuf dan Mbak Nuril yang telah memberikan fasilitas dan dukungan penuh dalam seluruh tahapan penyusunan tesis ini.

Semoga tesis ini bermanfaat bagi seluruh pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan. Atas perhatian pembaca, penulis mengucapkan terima kasih. Mohon maaf jika terdapat kesalahan dalam penyusunan tesis ini. Semoga Allah SWT memberikan rahmat serta hidayah-Nya kepada kita semua. *Aamiin ya Rabbal Alaamiin.*

Bogor, Agustus 2025

Prita Pramesti



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Ruang Lingkup	10
II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 <i>Information Quality</i>	11
2.2 <i>Service Quality</i>	12
2.3 <i>Social Presence</i>	13
2.4 <i>Customer Satisfaction</i>	14
2.5 <i>Purchase Intention</i>	16
2.6 Penelitian Terdahulu	18
2.7 Kerangka Pemikiran Penelitian	21
2.8 Perumusan Hipotesis	24
III METODE PENELITIAN	29
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	29
3.2 Jenis dan Sumber Data Penelitian	29
3.3 Metode Penarikan Sampel	29
3.4 Metode Pengumpulan Data	30
3.5 Operasionalisasi Variabel Penelitian	31
3.6 Metode Pengolahan dan Analisis Data	34
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Karakteristik Demografi Responden	41
4.2 Sebaran Responden Berdasarkan Pembelian Beras Organik	43
4.3 Sebaran Responden Berdasarkan <i>E-commerce</i> yang Diakses	45
4.4 Deskripsi Indikator Variabel	46
4.5 Hasil Tabulasi Silang (<i>Crosstab</i>)	53
4.6 Hasil Uji <i>Outer Model</i> (Evaluasi Model Pengukuran)	56
4.7 Hasil Uji <i>Inner Model</i> (Evaluasi Model Struktural)	60
4.8 Implikasi Manajerial	69
V SIMPULAN DAN SARAN	73
5.1 Simpulan	73
5.2 Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN	83
RIWAYAT HIDUP	91

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



DAFTAR TABEL

1	Ringkasan penelitian terdahulu	19
2	Indikator variabel	31
3	Karakteristik demografi responden	41
4	Sebaran responden berdasarkan pembelian beras organik	43
5	Sebaran responden berdasarkan <i>e-commerce</i> yang diakses	45
6	Tanggapan responden untuk <i>information quality</i>	47
7	Tanggapan responden untuk <i>customer satisfaction</i>	48
8	Tanggapan responden untuk <i>social presence</i>	50
9	Tanggapan responden untuk <i>customer satisfaction</i>	51
10	Tanggapan responden untuk <i>purchase intention</i>	52
11	Hasil uji <i>crosstab</i>	54
12	Hasil tabulasi silang karakteristik demografi responden	54
13	Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	58
14	Hasil <i>crossloading</i>	58
15	Nilai <i>discriminant validity</i> dengan <i>fornell larcker criterion methods</i>	59
16	Nilai <i>cronbach's alpha</i> dan <i>composite reliability</i>	60
17	Nilai <i>R Square</i> (R^2)	60
18	Nilai <i>path coefficient</i>	62
19	Nilai <i>predictive relevance</i> (Q^2)	63
20	Nilai <i>Goodness of Fit</i> (GoF)	63
21	Nilai <i>path coefficient</i> , <i>t-statistic</i> dan <i>p-value</i>	64
22	Hasil pengujian pengaruh tidak langsung variabel	68

DAFTAR GAMBAR

1	Kebutuhan beras untuk konsumsi rumah tangga nasional	1
2	Pertumbuhan luasan lahan beras organik (H_a)	2
3	Jumlah operator beras organik	3
4	Nilai GMV pasar <i>e-commerce</i> di Indonesia periode 2019 – 2023	4
5	Pilihan masyarakat dalam membeli beras organik	5
6	Proses keputusan pembelian konsumen	17
7	Kerangka penelitian	24
8	Model penelitian	28
9	Model awal sebelum <i>dropping</i>	56
10	Model akhir setelah <i>dropping</i>	57



DAFTAR LAMPIRAN

1	Uji validitas instrumen penelitian menggunakan SPSS 25.0	84
2	Uji reliabilitas instrumen penelitian menggunakan SPSS 25.0	85
3	<i>Output</i> SmartPLS 3 untuk nilai <i>cronbach's alpha, composite</i>	86
4	<i>Output</i> SmartPLS 3 untuk nilai <i>discriminant validity</i>	87
5	<i>Output</i> SmartPLS 3 untuk nilai <i>path coefficient</i>	88
6	<i>Output</i> SmartPLS untuk nilai Q^2	89
7	<i>Output</i> SmartPLS dengan <i>bootstrapping</i> 5000 <i>resample</i>	90



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.