UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Pengaruh Rasa, Harga, Kemasan, Persepsi Kesehatan, dan Ketersediaan pada Kepuasan Serta Dampaknya
pada Loyalitas dan Getok Tular Konsumen Biskuit Kemasan di Indonesia**
Reynaldi Herjanto, Bayu Aji Aritejo, S.E., M.M., M.Si., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER.....
LEMBAR PENGESAHAN i
LEMBAR PERNYATAAN ii
KATA PENGANTAR iii
DAFTAR ISI vi
DAFTAR TABEL xi
DAFTAR GAMBAR xiii
INTISARI xiv
ABSTRACT xv
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1. Latar Belakang 1
1.2. Rumusan Masalah 10
1.3. Pertanyaan Penelitian 11
1.4. Tujuan Penelitian 12
1.5. Manfaat Penelitian 14
1.6. Ruang Lingkup Penelitian 15
1.7. Sistemika Penulisan 15
BAB II LANDASAN TEORI 18
2.1 Model *Stimulus–Organism–Response* (SOR) 18
2.2.2 Harga 21
2.2.3 Kemasan 23
2.2.4 Kesehatan 24
2.2.5 Ketersediaan 25
2.3 Faktor Kepuasan Konsumen sebagai *Organism* 26
2.4 Faktor *Response* pada Produk Biskuit Kemasan 28
2.4.1 Loyalitas 28

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Pengaruh Rasa, Harga, Kemasan, Persepsi Kesehatan, dan Ketersediaan pada Kepuasan Serta Dampaknya
pada Loyalitas dan Getok Tular Konsumen Biskuit Kemasan di Indonesia**
Reynaldi Herjanto, Bayu Aji Aritejo, S.E., M.M., M.Si., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

2.4.2 Getok Tular (*Word of Mouth*) 29
2.5 Tinjauan Riset Terdahulu 30
2.6 Pengembangan Hipotesis 32
2.6.1 Pengaruh Rasa terhadap Kepuasan Konsumen 32
2.6.2 Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen 33
2.6.3 Pengaruh Kemasan terhadap Kepuasan Konsumen 33
2.6.4 Pengaruh Persepsi Kesehatan terhadap Kepuasan Konsumen 33
2.6.5 Pengaruh Ketersediaan terhadap Kepuasan Konsumen 34
2.6.6 Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Getok Tular 34
2.6.7 Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen 35
2.6.8 Peran Mediasi Kepuasan pada Pengaruh Rasa terhadap Loyalitas 35
2.6.9 Peran Mediasi Kepuasan pada Pengaruh Harga terhadap Loyalitas 36
2.6.10 Peran Mediasi Kepuasan pada Pengaruh Kemasan terhadap Loyalitas 36
2.6.11 Peran Mediasi Kepuasan pada Pengaruh Persepsi Kesehatan terhadap Loyalitas 37
2.6.12 Peran Mediasi Kepuasan pada Pengaruh Ketersediaan terhadap Loyalitas . 37
2.6.13 Peran Mediasi Kepuasan pada Pengaruh Rasa terhadap Getok Tular 38
2.6.14 Peran Mediasi Kepuasan pada Pengaruh Harga terhadap Getok Tular 38
2.6.15 Peran Mediasi Kepuasan pada Pengaruh Kemasan terhadap Getok Tular .. 39
2.6.16 Peran Mediasi Kepuasan pada Pengaruh Persepsi Kesehatan terhadap Getok Tular 39
2.6.17 Peran Mediasi Kepuasan pada Pengaruh Ketersediaan terhadap Getok Tular 39
2.7 Model Penelitian 40
BAB III METODE PENELITIAN 42
3.1 Desain Penelitian 42
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian 44
3.3 Metode Pengumpulan Data 46
3.4 Definisi Operasional dan Indikator Variabel Penelitian 48

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh Rasa, Harga, Kemasan, Persepsi Kesehatan, dan Ketersediaan pada Kepuasan Serta Dampaknya pada Loyalitas dan Getok Tular Konsumen Biskuit Kemasan di Indonesia
Reynaldi Herjanto, Bayu Aji Aritejo, S.E., M.M., M.Si., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

3.5 Metode Analisis Data 50
3.5.1 Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*) 51
3.5.2 Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*) 53
3.5.3 Uji Efek Mediasi 54
3.5.4 Uji *Predictive Relevance* (Q^2) 55
3.5.5 Pengujian Hipotesis 56
3.6 Etika Penelitian 57
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN 58
4.1 Pengumpulan Data 58
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden 61
4.3 Analisis *Outer Model* 66
4.3.1 Hasil Uji Validitas 67
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas 74
4.3.3 Hasil Uji Multikolinearitas 76
4.4 Analisis Statistik Deskriptif 78
4.5 Analisis *Inner Model* 83
4.5.1 Hasil Uji *R-Square* 84
4.5.2 Hasil Uji *f-Square* 86
4.5.3 Hasil Uji *Q-Square* 87
4.5.4 Hasil Uji *Goodness of Fit* 90
4.6 Hasil Pengujian Hipotesis 91
4.6.1 Hasil Hipotesis Pertama 93
4.6.2 Hasil Hipotesis Kedua 94
4.6.3 Hasil Hipotesis Ketiga 95
4.6.4 Hasil Hipotesis Keempat 95
4.6.5 Hasil Hipotesis Kelima 96
4.6.6 Hasil Hipotesis Keenam 96
4.6.7 Hasil Hipotesis Ketujuh 97

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh Rasa, Harga, Kemasan, Persepsi Kesehatan, dan Ketersediaan pada Kepuasan Serta Dampaknya pada Loyalitas dan Getok Tular Konsumen Biskuit Kemasan di Indonesia
Reynaldi Herjanto, Bayu Aji Aritejo, S.E., M.M., M.Si., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

4.7 Hasil Pengujian Peran Mediasi 98
4.7.1 Mediasi Kepuasan pada hubungan Rasa dan Loyalitas 99
4.7.2 Mediasi Kepuasan pada hubungan Harga dan Loyalitas 100
4.7.3 Mediasi Kepuasan pada hubungan Kemasan dan Loyalitas 100
4.7.4 Mediasi Kepuasan pada hubungan Kesehatan dan Loyalitas 101
4.7.5 Mediasi Kepuasan pada hubungan Ketersediaan dan Loyalitas 101
4.7.6 Mediasi Kepuasan pada hubungan Rasa dan Getok Tular 101
4.7.7 Mediasi Kepuasan pada hubungan Harga dan Getok Tular 102
4.7.8 Mediasi Kepuasan pada hubungan Kemasan dan Getok Tular 102
4.7.9 Mediasi Kepuasan pada hubungan Kesehatan dan Getok Tular 102
4.7.10 Mediasi Kepuasan pada hubungan Ketersediaan dan Getok Tular 103
4.8 Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis dan Peran Mediasi 103
4.8.1 Pengaruh Rasa pada Kepuasan Konsumen Biskuit Kemasan 104
4.8.2 Pengaruh Harga pada Kepuasan Konsumen Biskuit Kemasan 106
4.8.3 Pengaruh Kemasan pada Kepuasan Konsumen Biskuit Kemasan 107
4.8.4 Pengaruh Kesehatan pada Kepuasan Konsumen Biskuit Kemasan 108
4.8.5 Pengaruh Ketersediaan Produk pada Kepuasan Konsumen Biskuit Kemasan 109
4.8.6 Pengaruh Kepuasan pada Getok Tular 110
4.8.7 Pengaruh Kepuasan pada Loyalitas Konsumen 111
4.8.8 Pengaruh Mediasi Kepuasan pada Loyalitas dan Getok Tular 112
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI 115
5.1 Simpulan 115
5.2 Implikasi Manajerial 118
5.3 Keterbatasan Penelitian 121
5.4 Saran Penelitian Mendatang 123
DAFTAR PUSTAKA 126
LAMPIRAN 129
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian 129

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Pengaruh Rasa, Harga, Kemasan, Persepsi Kesehatan, dan Ketersediaan pada Kepuasan Serta Dampaknya
pada Loyalitas dan Getok Tular Konsumen Biskuit Kemasan di Indonesia**
Reynaldi Herjanto, Bayu Aji Aritejo, S.E., M.M., M.Si., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Lampiran 2 Pertanyaan Kuesioner 132
Lampiran 3 Hasil Uji – PLS SEM 135
Lampiran 4 Hasil Uji – *Bootstrapping* 136
Lampiran 5 Hasil Uji – *Blindfolding* 137
Lampiran 6 Nilai *Outer Loading* 138
Lampiran 7 Nilai AVE, *Cronbach's Alpha*, *Composite Reliability* 138
Lampiran 8 Nilai *Cross Loading* 139
Lampiran 9 Nilai *Fornell-Larcker Criterion* 140
Lampiran 10 Nilai HTMT 140
Lampiran 11 Nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) 140
Lampiran 12 Nilai *R-Square* 141
Lampiran 13 Nilai *f-Square* 141
Lampiran 14 Nilai *Q-Square* 141
Lampiran 15 Nilai *Path Coefficient* 142
Lampiran 16 Nilai *Specific Indirect Effects* 142
Lampiran 17 Tabulasi Kuesioner 143

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Pengaruh Rasa, Harga, Kemasan, Persepsi Kesehatan, dan Ketersediaan pada Kepuasan Serta Dampaknya
pada Loyalitas dan Getok Tular Konsumen Biskuit Kemasan di Indonesia**
Reynaldi Herjanto, Bayu Aji Aritejo, S.E., M.M., M.Si., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pangsa Pasar Biskuit di Indonesia Tahun 2025 4

Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu 30

Tabel 3.1 Skala Likert 1-5 47

Tabel 3.2 Definisi Operasional dari tiap Variabel 48

Tabel 3.3 Evaluasi *Outer Model* 52

Tabel 3.4 Evaluasi *Inner Model* 54

Tabel 3.5 Uji Efek Mediasi 55

Tabel 3.6 Uji *Predictive Relevance* (Q^2) 55

Tabel 4.1 Karakteristik Responden 61

Tabel 4.2 Nilai *Outer Loading* 67

Tabel 4.3 Nilai *Average Variance Extracted* (AVE) 69

Tabel 4.4 Nilai *Cross Loading* 70

Tabel 4.5 Nilai *Fornell–Larcker Criterion* 71

Tabel 4.6 Nilai *Heterotrait–Monotrait Ratio* (HTMT) 73

Tabel 4.7 Nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* 75

Tabel 4.8 Nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) 77

Tabel 4.9 Nilai Statistik Deskriptif 79

Tabel 4.10 Nilai *One - Way Analysis of Variance* (ANOVA) 82

Tabel 4.11 Nilai *R-Square* 84

Tabel 4.12 Nilai *f-Square* 86

Tabel 4.13 Nilai *Q-Square* 88

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Pengaruh Rasa, Harga, Kemasan, Persepsi Kesehatan, dan Ketersediaan pada Kepuasan Serta Dampaknya
pada Loyalitas dan Getok Tular Konsumen Biskuit Kemasan di Indonesia**
Reynaldi Herjanto, Bayu Aji Aritejo, S.E., M.M., M.Si., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Tabel 4.14 Nilai SRMR 90

Tabel 4.15 Hasil Pengujian Hipotesis Pengaruh Langsung 91

Tabel 4.16 Hasil Pengujian Peran Mediasi 98

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Pengaruh Rasa, Harga, Kemasan, Persepsi Kesehatan, dan Ketersediaan pada Kepuasan Serta Dampaknya
pada Loyalitas dan Getok Tular Konsumen Biskuit Kemasan di Indonesia**
Reynaldi Herjanto, Bayu Aji Aritejo, S.E., M.M., M.Si., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Nilai Kontribusi pada Kategori Makanan Ringan..... 2
Gambar 1.2 Penetrasi Pasar pada Kategori Makanan Ringan..... 3
Gambar 2.1 Model Teori SOR dalam Perilaku Konsumen 18
Gambar 2.2 Model Penelitian 41
Gambar 4.1 Asal Perusahaan yang dipilih 66
Gambar 4.2 Hasil Uji Model Struktural..... 93