

SKRIPSI

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN LOKASI USAHA
TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA *BAREFOOT*
ENTREPRENEUR “KOPI GEROBAK” DI KALIMANTAN SELATAN**



Diajukan Untuk Melengkapi Persyaratan Dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

NADIAH

NIM: 2110312320071

PROGRAM STUDI: MANAJEMEN

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN**

2025

LEMBAR LEGALITAS
PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN LOKASI USAHA
TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA *BAREFOOT*
***ENTREPRENEUR* “KOPI GEROBAK” DI KALIMANTAN SELATAN**

Yang disusun oleh:

NADIAH
NIM : 2110312320071

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal 01 Juli 2025
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Dosen Pembimbing



Dr. Hastin Umi Anisah, SE, MM
NIP. 19780714 200312 2 002

Mengetahui
Koordinator Program Studi S1 Manajemen



Abdul Hadi, SE, M.Si
NIP. 19700707 200501 1 001

LEMBAR PENGESAHAN
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
BANJARMASIN

Nama : Nadiah
NIM : 2110312320071
Jurusan / Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Promosi, dan Lokasi Usaha terhadap Keunggulan Bersaing pada *Barefoot Entrepreneur* “Kopi Gerobak” di Kalimantan Selatan
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Kewirausahaan
Ujian Dilaksanakan : Ruang Kelas C3, Selasa 01 Juli 2025
Waktu ujian : 08.30 WITA

TIM PENGUJI

Pembimbing : Dr. Hastin Umi Anisah, SE, MM



(.....)

Penguji I : Akhmad Supriyanto, SE, MM


Penguji II : M. Zainal Abidin, S.Sos, M. Si

LEMBAR BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI

Berdasarkan hasil ujian skripsi yang telah dilaksanakan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat:

Nama : Nadiah
NIM : 2110312320071
Jurusan / Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Promosi, dan Lokasi Usaha terhadap Keunggulan Bersaing pada *Barefoot Entrepreneur* "Kopi Gerobak" di Kalimantan Selatan
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Kewirausahaan
Hari/Tanggal : Selasa/01 Juli 2025
Tempat : Ruang Kelas C3 FEB ULM
Waktu ujian : 08.30 – 10.00 WITA

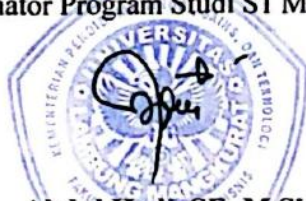
Dengan ini telah melakukan perbaikan skripsi berdasarkan saran dari Tim Penguji.

NO	NAMA	KET	TTD
1	<u>Dr. Hastin Umi Anisah, SE, MM</u> NIP. 19780714 200312 2 002	Pembimbing	

Demikian berita acara perbaikan skripsi yang telah mendapatkan persetujuan dari Tim Penguji.

Mengetahui

Mengetahui
Koordinator Program Studi S1 Manajemen



Abdul Hadi, SE, M.Si
NIP. 19700707 200501 1 001

Mahasiswa



Nadiah
NIM. 2110312320071

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian yang telah saya lakukan. Segala kutipan dan bantuan dari berbagai sumber telah diungkapkan sebagaimana mestinya. Skripsi ini belum pernah di publikasikan untuk keperluan lain oleh siapapun juga. Apabila dikemudian hari ternyata pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima akibat hukum dari ketidakbenaran dari pernyataan tersebut.

Banjarmasin, 11 Juli 2025

Yang membuat pernyataan,



Nadiah
NIM. 2110312320071

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT, karena atas berkat, rahmat, dan petunjuk-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Harga, Promosi, dan Lokasi Usaha terhadap Keunggulan Bersaing pada *Barefoot Entrepreneur* “Kopi Gerobak” di Kalimantan Selatan“. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lambung Mangkurat.

Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini terselesaikan karena adanya bantuan baik secara moril maupun materil dari berbagai pihak. Tidak lupa penulis juga mengucapkan banyak terima kasih atas bantuan dari pihak yang telah berkontribusi dengan memberikan sumbangan baik materi maupun pikirannya karena dalam menyusun skripsi ini, penulis tentunya menemukan hambatan dan kendala. Akan tetapi, berkat arahan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak akhirnya skripsi ini dapat selesai dengan baik, dengan kerendahan hati saya ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini dengan kemudahan dan kelancaran di setiap prosesnya.
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, SE., M. Si selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
3. Bapak Prof. Dr. H. Ahmad Yunani, SE., M.Si sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.

4. Bapak Abdul Hadi, SE., M. Si, selaku Koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
5. Ibu Dr. Hastin Umi Anisah, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan dan juga solusi terbaik dengan penuh kesabaran berupa pemikiran, ilmu pengetahuan serta saran dalam proses penyusunan dan penyelesaian skripsi dari awal hingga selesai.
6. Bapak Akhmad Supriyanto, SE., MM. selaku Dosen Penguji I dan Bapak Zainal Abidin, S.Sos., M.Si. selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan waktu, saran, masukan, dan nasihat kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Ibu Anna Nur Faidah, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing saya dalam akademik dari awal semester hingga selesai.
8. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin yang telah mendidik, membimbing, dan memberikan ilmu yang bermanfaat sebagai bekal penulis dalam menjalani kehidupan pada masa yang akan datang serta membantu kelancaran studi selama penulis menuntut ilmu.
9. Terima kasih kepada Abah atas perjuangan dan pengorbanannya membiayai pendidikan penulis. Kepada Mama atas doa, cinta, dan dukungannya yang tak pernah putus. Untuk Kakak yang terus mengingatkan dan memberi semangat, serta Adik yang menghadirkan energi positif.

10. Kepada seluruh teman-teman Kelas D, teman-teman kelas Kewirausahaan, dan teman-teman sepemimpinan, terima kasih atas kebersamaan, cerita, dan semangat yang kalian bagikan selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
11. Kepada Noor Fadilla Amalia, Azmi Hairina, Nursyal Syabella, Nadya Rahmadayanti, dan Syarifah Halidah, terima kasih telah menjadi teman yang selalu ada sejak awal hingga saat ini. Terima kasih atas kebersamaan, semangat, dan kesediaan untuk saling mendukung dalam setiap proses, termasuk saat-saat revisi yang melelahkan.
12. Kepada Rilian Gusma Wira Pradana, terima kasih telah menemani sejak masa awal perkuliahan, dari hari-hari sebagai mahasiswa baru hingga mencapai titik ini. Terima kasih atas kesabaran, dukungan, dan kasih yang selalu menguatkan di setiap langkah.

Semoga semua dukungan dan bantuan yang diberikan mendapatkan balasan terbaik dari Allah Swt. Saya menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan, oleh karena itu saya sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun untuk menyempurnakan skripsi ini. Harapan saya, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan semua pihak yang terlibat.

Banjarmasin, 30 Juni 2025

Peneliti,

Nadiah
NIM. 2110312320071

ABSTRACT

Nadiah (2025). *The Effect of Price, Promotion, and Business Location on Competitive Advantage at Barefoot Entrepreneur “Coffee Carts” in South Kalimantan.* Advisor: Dr. Hastin Umi Anisah, SE, MM.

This study aims to determine and analyze: (1) The effect of price on competitive advantage at Barefoot Entrepreneur Coffee Carts in South Kalimantan; (2) The effect of promotion on competitive advantage at Barefoot Entrepreneur Coffee Carts in South Kalimantan; and (3) The effect of business location on competitive advantage at Barefoot Entrepreneur Coffee Carts in South Kalimantan.

This study uses a quantitative approach with variables Price, Promotion, Business Location, and Competitive Advantage. The population in this study were all owners or managers of coffee carts who were included in the barefoot entrepreneur category in the South Kalimantan region. The sampling technique used purposive sampling with a sample size of 50 respondents. Data processing was carried out using the Partial Least Squares - Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method using SmartPLS 4.0 software.

The results showed that: (1) Price has a positive and significant effect on competitive advantage in barefoot entrepreneur coffee carts in South Kalimantan; (2) Promotion has a positive and significant effect on competitive advantage in barefoot entrepreneur coffee carts in South Kalimantan; and (3) Business Location has a positive and significant effect on competitive advantage in barefoot entrepreneur coffee carts in South Kalimantan.

Keywords: *Price, Promotion, Business Location, Competitive Advantage, Coffee Carts, Barefoot Entrepreneur.*

ABSTRAKSI

Nadiah (2025). *Pengaruh Harga, Promosi, dan Lokasi Usaha terhadap Keunggulan Bersaing pada Barefoot Entrepreneur “Kopi Gerobak” di Kalimantan Selatan.* Pembimbing: Dr. Hastin Umi Anisah, SE., MM.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis: (1) Pengaruh Harga terhadap Keunggulan Bersaing pada *Barefoot Entrepreneur* Kopi Gerobak di Kalimantan Selatan; (2) Pengaruh Promosi terhadap Keunggulan Bersaing pada *Barefoot Entrepreneur* Kopi Gerobak di Kalimantan Selatan; dan (3) Pengaruh Lokasi Usaha terhadap Keunggulan Bersaing pada *Barefoot Entrepreneur* Kopi Gerobak di Kalimantan Selatan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan variabel Harga, Promosi, Lokasi Usaha, dan Keunggulan Bersaing. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pemilik atau pengelola kopi gerobak yang termasuk dalam kategori barefoot entrepreneur di wilayah Kalimantan Selatan. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 50 responden. Pengolahan data dilakukan dengan metode *Partial Least Squares – Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) menggunakan software SmartPLS 4.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada *barefoot entrepreneur* kopi gerobak di Kalimantan Selatan; (2) Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada *barefoot entrepreneur* kopi gerobak di Kalimantan Selatan; dan (3) Lokasi Usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada *barefoot entrepreneur* kopi gerobak di Kalimantan Selatan.

Kata Kunci: Harga, Promosi, Lokasi Usaha, Keunggulan Bersaing, Kopi Gerobak, *Barefoot Entrepreneur*.

DAFTAR ISI

	Hal.
HALAMAN SAMPUL	i
LEMBAR LEGALITAS	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI	iv
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRACT	ix
ABSTRAKSI	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	20
1.3. Tujuan Penelitian.....	21
1.4. Manfaat Penelitian	21
1.5. Sistematika Pembahasan	21
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	24
2.1. Landasan Teori	24
2.1.1 <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran)	24
2.1.2 Harga	29
2.1.3 Promosi.....	40
2.1.4 Lokasi Usaha	46
2.1.5 Keunggulan Bersaing	55
2.1.6 <i>Barefoot Entrepreneur</i>	65
2.1.7 Keterkaitan antara Harga dengan Keunggulan Bersaing	67
2.1.8 Keterkaitan antara Promosi dengan Keunggulan Bersaing.....	69
2.1.9 Keterkaitan antara Lokasi Usaha dengan Keunggulan Bersaing	70
2.2. Hasil Penelitian Terdahulu	72
BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	79
3.1 Kerangka Konseptual (Model Penelitian).....	79
3.2 Hipotesis Penelitian.....	80

3.2.1	Pengaruh Harga terhadap Keunggulan Bersaing.....	80
3.2.2	Pengaruh Promosi terhadap Keunggulan Bersaing.....	80
3.2.3	Pengaruh Lokasi Usaha terhadap Keunggulan Bersaing	81
BAB IV	METODE PENELITIAN.....	83
4.1.	Ruang Lingkup Penelitian.....	83
4.2.	Jenis Penelitian.....	83
4.3.	Lokasi Penelitian.....	84
4.4.	Unit Analisis.....	84
4.5.	Populasi dan Sampel	85
4.5.1.	Populasi	85
4.5.2.	Sampel.....	85
4.6.	Variabel dan Definisi Operasional Variabel	88
4.6.1.	Variabel Penelitian.....	88
4.6.2.	Definisi Operasional Variabel	89
4.7.	Teknik Pengumpulan Data	97
4.8.	Sumber Data.....	100
4.9.	Teknik Analisis Data	101
4.9.1.	Analisis Data dengan Metode <i>Partial Least Square</i>	103
4.9.2.	Analisa <i>Outer Model</i> (Model Pengukuran).....	105
4.9.3.	Analisa <i>Inner Model</i> (Model Struktural).....	110
4.9.4.	Uji Hipotesis.....	111
BAB V	HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS	113
5.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	113
5.2.	Karakteristik Responden	125
5.2.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	126
5.2.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	127
5.2.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	128
5.2.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Kota atau Kabupaten Tempat Usaha	130
5.2.5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha	131
5.2.6.	Karakteristik Responden Berdasarkan Peran.....	133
5.2.7.	Karakteristik Responden Berdasarkan Ukuran Gerobak	134
5.2.8.	Karakteristik Responden Berdasarkan Media Sosial yang Dimiliki	136
5.2.9.	Karakteristik Responden Berdasarkan Harga Kopi Termurah (<i>Start Price</i>)	137

5.2.10. Karakteristik Responden Berdasarkan Harga Kopi Termahal (<i>Highest Price</i>)	139
5.2.11. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Usaha.....	141
5.3. Analisis Deskriptif Jawaban Responden.....	142
5.3.1. Deskripsi Responden terhadap Variabel Harga (X1).....	145
5.3.2. Deskripsi Responden terhadap Variabel Promosi (X2).....	148
5.3.3. Deskripsi Responden terhadap Variabel Lokasi Usaha (X3)	151
5.3.4. Deskripsi Responden terhadap Keunggulan Bersaing (Y).....	154
5.4. Uji Instrumen Penelitian	157
5.4.1. Uji Validitas.....	157
5.4.2. Uji Reliabilitas.....	162
5.5. Hasil Evaluasi Model	163
5.5.1. Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	165
5.5.2. Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	171
5.5.3. Pembahasan Hasil Penelitian	174
5.6. Implikasi Hasil Penelitian	179
5.6.1 Implikasi Teoritis.....	179
5.6.2 Implikasi Praktis.....	185
5.7. Keterbatasan Penelitian	190
BAB VI PENUTUP	192
6.1 Kesimpulan	192
6.2 Saran.....	193
DAFTAR PUSTAKA	197
LAMPIRAN	203

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Proyeksi Volume Produksi, Net ekspor, Konsumsi Kopi Indonesia	2
Tabel 1. 2 Identifikasi Keunggulan Bersaing pada 10 <i>Brand</i> Kopi Gerobak.....	9
Tabel 1. 3 Data Survey Awal Keunggulan Bersaing	11
Tabel 1. 4 Data Survey Awal Harga	13
Tabel 1. 5 Data Survey Awal Promosi.....	15
Tabel 1. 6 Data Survey Awal Lokasi Usaha	18
Tabel 4. 1 Pengembangan Instrumen Penelitian	97
Tabel 4. 2 Instrumen Skala Likert	98
Tabel 4. 3 Kategori Skala Interval.....	99
Tabel 4. 4 Kriteria <i>Outer Model</i>	110
Tabel 4. 5 Interpretasi <i>Inner Model</i>	111
Tabel 5. 1 Identifikasi Keunggulan Bersaing pada Kualitas	116
Tabel 5. 2 Identifikasi Keunggulan Bersaing pada Keandalan Pengiriman.....	119
Tabel 5. 3 Identifikasi Keunggulan Bersaing pada Inovasi Produk	121
Tabel 5. 4 Identifikasi Keunggulan Bersaing pada Time to Market	123
Tabel 5. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	126
Tabel 5. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	127
Tabel 5. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	129
Tabel 5. 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Kota atau Kabupaten Tempat Usaha.....	130
Tabel 5. 9 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha	132
Tabel 5. 10 Karakteristik Responden Berdasarkan Peran	133
Tabel 5. 11 Karakteristik Responden Berdasarkan Ukuran Gerobak.....	135
Tabel 5. 12 Karakteristik Responden Berdasarkan Media Sosial yang Dimiliki	136
Tabel 5. 13 Karakteristik Responden Berdasarkan Harga Kopi Termurah (<i>Start Price</i>).....	138
Tabel 5. 14 Karakteristik Responden Berdasarkan Harga Kopi Termahal (<i>Highest Price</i>).....	139
Tabel 5. 15 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Usaha.....	141
Tabel 5. 16 Statistik Deskriptif Data Masing-Masing Konstruk.....	143
Tabel 5. 17 Distribusi Frekuensi Variabel Harga (X1).....	146
Tabel 5. 18 Distribusi Frekuensi Variabel Promosi (X2)	149
Tabel 5. 19 Distribusi Frekuensi Variabel Lokasi Usaha (X3).....	152
Tabel 5. 20 Distribusi Frekuensi Variabel Keunggulan Bersaing (Y).....	155
Tabel 5. 21 Outer Loading Variabel Harga (X1)	158
Tabel 5. 22 Outer Loading Variabel Promosi (X2)	159
Tabel 5. 23 Outer Loading Variabel Lokasi Usaha (X3).....	160
Tabel 5. 24 Outer Loading Variabel Keunggulan Bersaing (Y).....	161
Tabel 5. 25 Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen	163
Tabel 5. 26 <i>Outer Loading</i> Setiap Item dari Indikator	166
Tabel 5. 27 Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	167
Tabel 5. 28 Nilai <i>Cross Loading</i>	168
Tabel 5. 29 Nilai <i>Fornell-Larcker</i>	170
Tabel 5. 30 Nilai <i>Heterotrait-Monotrait Ratio</i> (HTMT).....	170
Tabel 5. 31 Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen	171
Tabel 5. 32 Nilai <i>R-Square</i> dan <i>Q-Square</i>	172

Tabel 5. 33 Nilai F-Square	173
Tabel 5. 34 Hasil Pengujian Hipotesis	175
Tabel 5. 35 Probabilitas Hipotesis Pengaruh X1 terhadap Y	175
Tabel 5. 36 Probabilitas Hipotesis Pengaruh X2 terhadap Y	177
Tabel 5. 37 Probabilitas Hipotesis Pengaruh X3 terhadap Y	178

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Foto Starling (Pedagang Starbuck Keliling)	3
Gambar 1. 2 Usaha Kopi Gerobak Bliss Brewing di Banjarmasin	4
Gambar 1. 3 Usaha Kopi Gerobak Jago Coffee – Salah Satu Pelopor di Indonesia	4
Gambar 1. 4 Muhammad Syafi'i - Barista di Banjarmasin	6
Gambar 3.1 Kerangka Konseptual	79
Gambar 4. 1 Item Pernyataan Variabel Harga (X1)	90
Gambar 4. 2 Item Pernyataan Variabel Promosi (X2).....	92
Gambar 4. 3 Item Pernyataan Variabel Lokasi Usaha (X3).....	94
Gambar 4. 4 Item Pernyataan Variabel Keunggulan Bersaing (Y)	96
Gambar 4. 5 Garis Kontinum	100
Gambar 4. 6 Model Penelitian Menggunakan SmartPLS	103
Gambar 5. 1 Garis Kontinum Variabel Harga	146
Gambar 5. 2 Garis Kontinum Variabel Promosi (X2).....	150
Gambar 5. 3 Garis Kontinum Variabel Lokasi Usaha (X3)	153
Gambar 5. 4 Garis Kontinum Variabel Keunggulan Bersaing.....	156
Gambar 5. 5 Hasil Pengujian Model Penelitian Menggunakan SmartPLS.....	164

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Tabel <i>Critical Review</i> Jurnal.....	204
Lampiran 2 Tabel Pengembangan Instrumen Penelitian.....	236
Lampiran 3 Permohonan Pengisian Kuesioner Penelitian.....	241
Lampiran 4 Kuesioner Penelitian.....	242
Lampiran 5 Survey Awal.....	250
Lampiran 6 Karakteristik Responden.....	260
Lampiran 7 Analisis Statistik Deskriptif.....	263
Lampiran 8 Data Lokasi dan Keunggulan Bersaing <i>Barefoot Entrepreneur</i> Kopi Gerobak di Kalimantan Selatan	273
Lampiran 9 Uji Validitas Variabel Harga (X1).....	275
Lampiran 10 Uji Validitas Variabel Promosi (X2).....	277
Lampiran 11 Uji Validitas Variabel Lokasi Usaha (X3).....	279
Lampiran 12 Uji Validitas Variabel Keunggulan Bersaing (Y).....	281
Lampiran 13 Hasil Uji I <i>Outer Loadings</i>	283
Lampiran 14 Hasil Uji II <i>Outer Loadings</i>	284
Lampiran 15 Hasil Uji III <i>Outer Loadings</i>	285
Lampiran 16 Hasil Uji IV <i>Outer Loadings</i>	286
Lampiran 17 Hasil Uji V <i>Outer Loadings</i>	287
Lampiran 18 Hasil Uji <i>Cross Loadings</i>	288
Lampiran 19 Hasil Uji <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	289
Lampiran 20 Hasil Uji <i>Heterotrait-Monotrait Ratio</i> (HTMT).....	290
Lampiran 21 Hasil Uji <i>Construct Reliability and Validity</i> Sebelum dan Sesudah Modifikasi	291
Lampiran 22 Hasil Evaluasi <i>Inner Model</i>	292
Lampiran 23 Pengujian Hipotesis	293
Lampiran 24 Dokumentasi.....	294