

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Pesaing Beras Paguh .....	3
Tabel 2. Data Penjualan Beras Paguh Tahun 2020-2021.....	5
Tabel 3. Jenis Beras Paguh yang dipasarkan .....	18
Tabel 4. Penelitian Terdahulu .....	23
Tabel 5. Bobot Penilaian.....	30
Tabel 6. Definisi Operasional Variabel.....	32
Tabel 7. Perbandingan Ukuran – Ukuran GOF.....	37
Tabel 8. Bobot Nilai Jawaban Pernyataan .....	41
Tabel 9. Kriteria dan rentang skala efektivitas promosi .....	42
Tabel 10. Jumlah Responden yang Membeli Beras Paguh Berdasarkan Umur di Kota Pontianak .....	44
Tabel 11. Jumlah Responden yang Membeli Beras Paguh Berdasarkan Media Digital di Kota Pontianak .....	45
Tabel 12. Jumlah Responden yang Membeli Beras Paguh Berdasarkan Wilayah Tempat Tinggal di Kota Pontianak.....	45
Tabel 13. Jumlah Responden yang Membeli Beras Paguh Berdasarkan Jenis Kelamin di Kota Pontianak .....	46
Tabel 14. Jumlah Responden yang Membeli Beras Paguh Berdasarkan Status Pernikahan di Kota Pontianak .....	46
Tabel 15. Jumlah Responden yang Membeli Beras Paguh Berdasarkan Status Pekerjaan di Kota Pontianak.....	47
Tabel 16. Jumlah Responden yang Membeli Beras Paguh Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan di Kota Pontianak .....	48
Tabel 17. Jumlah Responden yang Membeli Beras Paguh Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Kota Pontianak .....	49
Tabel 18. Jawaban responden indikator Attention.....	50
Tabel 19. Jawaban responden indikator Interest.....	51
Tabel 20. Jawaban responden indikator Desire.....	52
Tabel 21. Jawaban responden indikator Action .....	53

Tabel 22. Jawaban responden indikator keputusan pembelian .....	54
Tabel 23. Hasil Estimasi Model GOF .....	57
Tabel 24 Pengaruh Faktor Kebudayaan, Sosial, Pribadi, dan Psikologi Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	65
Tabel 25. Dimensi Attention .....	67
Tabel 26. Dimensi Interest .....	69
Tabel 27. Dimensi Desire.....	72
Tabel 28. Dimensi Action .....	74
Tabel 29. Skor AIDA .....	77
Tabel 30. Kriteria Efektivitas Promosi.....	77

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 1. Penjualan Beras Paguh 2021-2021 .....	4
Gambar 2. Bentuk Model Hirarki AIDA .....	11
Gambar 3. Proses Keputusan Pembelian .....	15
Gambar 4. Variabel laten .....	20
Gambar 5. Kerangka Pemikiran .....	26
Gambar 6. Diagram Path (SEM) Model Penelitian .....	40
Gambar 7. Uji Signifikansi t-value Model SEM Hasil Olahan.....	59
Gambar 8. Nilai Dimensi Attention .....	68
Gambar 9. Nilai Dimensi Interest .....	71
Gambar 10. Nilai Dimensi Desire .....	73
Gambar 11. Nilai Dimensi Action .....	76

## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	85
Lampiran 2. Karakteristik Responden.....	90
Lampiran 3. Tabulasi Jawaban Responden Mengenai AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) dan Keputusan Pembelian.....	94
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	97
Lampiran 5. Output Awal .....	99
Lampiran 6. Analisis Efektivitas Promosi .....	104