

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGAJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
INTISARI.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Batasan Masalah.....	10
1.4 Tujuan Penelitian .....	11
1.5 Manfaat Penelitian .....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Minuman Sari Buah .....	13
2.2 Brand.....	13
2.3 Brand Equity .....	15
2.4 Keputusan Pembelian.....	17
2.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	17
2.4.2 Tahapan Proses Keputusan Pembelian.....	18
2.5 Penelitian Terdahulu .....	20
2.6 Model Penelitian .....	22
BAB III METODE PENELITIAN.....	23
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian .....	23
3.2 Objek Penelitian .....	23
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian .....	23
3.4 Pengumpulan Data .....	25
3.4.1 Data Primer .....	25

3.4.2 Data Sekunder .....	26
3.5 Variabel Penelitian .....	27
3.5.1 Variabel Laten Ekuitas Merek .....	27
3.5.2 Variabel Laten Keputusan Pembelian .....	30
3.6 Metode Pengumpulan Data .....	31
3.6.1 Observasi .....	31
3.6.2 Wawancara .....	31
3.6.3 Kuesioner .....	31
3.6.4 Studi Pustaka .....	31
3.7 Pengolahan Data .....	31
3.7.1 Uji Normalitas .....	31
3.7.2 Analisis Deskriptif .....	32
3.7.3 Uji Validitas .....	32
3.7.4 Uji Reliabilitas .....	33
3.8 <i>Structural Equation Modeling</i> .....	34
3.8.1 Model <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM) .....	34
3.8.2 Model <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM) Pada Penelitian Ini .....	36
3.8.3 <i>Partial Least Square</i> (PLS) .....	36
3.8.4 Evaluasi Model SEM-PLS .....	37
3.9 Diagram Alir Penelitian .....	41
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>43</b>
4.1 Profil Merek Minuman Sari Buah Dalam Kemasan .....	43
4.1.1 Buavita .....	43
4.1.2 Floridina .....	44
4.1.3 Nutrisari .....	45
4.2 Profil Responden Kuesioner Pendahuluan .....	47
4.2.1 Usia .....	47
4.2.2 Jenis Kelamin .....	47
4.2.3 Pendidikan Terakhir .....	48
4.2.4 Pekerjaan .....	48
4.2.5 Pendapatan Per Bulan .....	49
4.2.6 Merek minuman sari buah dalam kemasan yang pernah dikonsumsi ..	50
4.2.7 Jaringan minimarket untuk melakukan pembelian merek minuman sari buah dalam kemasan .....	50

4.2.8 Frekuensi pembelian produk minuman sari buah dalam kemasan dalam sebulan.....	51
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Pendahuluan .....	52
4.3.1 Uji Validitas .....	52
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	52
4.4 Profil Responden Kuesioner Utama.....	53
4.4.1 Usia .....	53
4.4.2 Jenis Kelamin .....	54
4.4.3 Pendidikan Terakhir .....	54
4.4.4 Pekerjaan .....	55
4.4.5 Pendapatan per bulan .....	55
4.4.6 Merek minuman sari buah dalam kemasan yang pernah dikonsumsi..	56
4.4.7 Jaringan minimarket untuk melakukan pembelian merek minuman sari buah dalam kemasan .....	56
4.4.8 Frekuensi pembelian produk minuman sari buah dalam kemasan dalam sebulan.....	57
4.5 Analisis Data .....	58
4.5.1 Evaluasi Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	58
4.5.2 Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	61
4.6 Analisis dan Pembahasan .....	66
4.7 Hasil Uji Normalitas .....	69
4.8 Analisis Deskriptif .....	71
4.8.1 Rekomendasi pada Masing-Masing variabel .....	71
4.8.2 Rekomendasi pada Masing–Masing Merek .....	83
4.8.3 Pembahasan Hasil <i>Q Square</i> .....	86
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	88
5.1 Kesimpulan .....	88
5.2 Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA .....	90

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Rata-rata Pengeluaran Perkapita Seminggu di Daerah Perkotaan pada Sari Buah Kemasan, Minuman Kesehatan, Minuman Berenergi (Rupiah/Kapita/Minggu).....	3
Gambar 2. 1 Model Penelitian .....	22
Gambar 3. 1 Model Struktural dengan Variabel Laten .....	35
Gambar 3. 2 Model Structural Equation Modeling (SEM) Pada Penelitian Ini....	36
Gambar 3. 3 Diagram Alir Penelitian .....	41
Gambar 3. 4 Diagram Alir Penelitian (Lanjutan).....	42
Gambar 4. 1 Produk Minuman Sari Buah Dalam Kemasan Merek Buavita .....	43
Gambar 4. 2 Produk Minuman Sari Buah Dalam Kemasan Merek Floridina .....	44
Gambar 4. 3 Produk Minuman Sari Buah Dalam Kemasan Merek Nutrisari.....	46
Gambar 4. 4 Usia Responden.....	47
Gambar 4. 5 Jenis Kelamin Responden .....	48
Gambar 4. 6 Pendidikan Terakhir Responden .....	48
Gambar 4. 7 Pekerjaan Responden .....	49
Gambar 4. 8 Pendapatan Responden Per Bulan.....	49
Gambar 4. 9 Merek minuman sari buah dalam kemasan yang pernah dikonsumsi .....	50
Gambar 4. 10 Jaringan minimarket untuk melakukan pembelian merek minuman sari buah dalam kemasan .....	51
Gambar 4. 11 Frekuensi pembelian produk minuman sari buah dalam kemasan dalam sebulan.....	51
Gambar 4. 12 Persentase persebaran responden utama berdasarkan usia.....	53
Gambar 4. 13 Persentase responden utama berdasarkan jenis kelamin .....	54
Gambar 4. 14 Persentase responden utama berdasarkan pendidikan terakhir .....	54
Gambar 4. 15 Persentase responden utama berdasarkan pekerjaan .....	55
Gambar 4. 16 Persentase responden utama berdasarkan pendapatan per bulan ..	55
Gambar 4. 17 Persentase responden utama berdasarkan merek minuman sari buah dalam kemasan yang pernah dikonsumsi .....	56
Gambar 4. 18 Persentase responden utama berdasarkan jaringan minimarket untuk melakukan pembelian merek minuman sari buah dalam kemasan .....	57
Gambar 4. 19 Persentase responden utama berdasarkan frekuensi pembelian produk minuman sari buah dalam kemasan dalam sebulan .....	57
Gambar 4. 20 Nilai Bootstrapping .....	64
Gambar 4. 21 Hasil Analisis Jalur .....	66
Gambar 4. 22 Grafik Normal P-Plot .....	70

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Rata-rata Pengeluaran per Kapita Sebulan Menurut Kelompok Komoditas dan Daerah Tempat Tinggal di D.I. Yogyakarta (rupiah), 2018 dan 2019 .....	1
Tabel 1. 2 Rata-rata Konsumsi Perkapita Seminggu Sari Buah Kemasan Per Kabupaten/Kota (Satuan Komoditas) Tahun 2023 .....	2
Tabel 1. 3 Ketersediaan Merek Minuman Sari Buah Dalam Kemasan Pada 10 Minimarket di Kabupaten Sleman .....	5
Tabel 1. 4 Top Brand Index Minuman Sari Buah dalam Kemasan Siap Minum Tahun 2020-2023 .....	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	20
Tabel 3. 1 Indikator/Variabel Manifest Kesadaran Merek.....	28
Tabel 3. 2 Indikator/Variabel Manifest Asosiasi Merek .....	28
Tabel 3. 3 Indikator/Variabel Manifest Persepsi Kualitas .....	29
Tabel 3. 4 Indikator/Variabel Manifest Loyalitas Merek.....	30
Tabel 3. 5 Indikator/Variabel Manifest Keputusan Pembelian .....	30
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas Kuesioner Pendahuluan.....	52
Tabel 4. 2 Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Pendahuluan.....	53
Tabel 4. 3 Outer Loading .....	58
Tabel 4. 4 Composite Reliability dan Average Variance Extracted (AVE) .....	60
Tabel 4. 5 Cross Loading .....	60
Tabel 4. 6 Fornell-Larcker Criterion .....	61
Tabel 4. 7 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	61
Tabel 4. 8 Effect Size ( $f^2$ ).....	62
Tabel 4. 9 Predictive Relevance ( $Q^2$ ).....	62
Tabel 4. 10 Path Coefficient.....	63
Tabel 4. 11 Nilai Bootstrapping .....	64
Tabel 4. 12 Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test .....	70
Tabel 4. 13 Pembahasan Skor Rata-Rata Variabel Asosiasi Merek .....	71
Tabel 4. 14 Rekomendasi dan Variabel Asosiasi Merek .....	72
Tabel 4. 15 Pembahasan Skor Rata-Rata Variabel Persepsi Kualitas.....	73
Tabel 4. 16 Pembahasan Skor Rata-Rata Variabel Loyalitas Merek.....	76
Tabel 4. 17 Rekomendasi Variabel Loyalitas Merek.....	79
Tabel 4. 18 Pembahasan Skor Rata-Rata Variabel Keputusan Pembelian .....	80
Tabel 4. 19 Rekomendasi Variabel Keputusan Pembelian .....	83

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	94
Lampiran 2 Hasil Rekapitulasi Jawaban 30 Responden .....	100
Lampiran 3 Hasil Rekapitulasi Jawaban 102 Responden .....	101
Lampiran 4 Hasil Olah Data .....	105