

DAFTAR ISI

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK.....	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
PRAKATA.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	8
2.1 Susu.....	8
2.2 Susu <i>Ultra High Temperature</i>	9
2.3 <i>Brand</i> (Merek).....	10
2.4 <i>Brand Equity</i> (Ekuitas Merek)	11
2.3.1 <i>Brand Awareness</i> (Kesadaran Merek)	13
2.3.2 <i>Brand Association</i> (Asosiasi Merek)	14
2.3.3 <i>Perceived Quality</i> (Persepsi Kualitas)	15
2.3.4 <i>Brand Loyalty</i> (Loyalitas Merek).....	16
2.5 Kepuasan Konsumen.....	17
2.6 Minat Pembelian Ulang (<i>Repurchase Interest</i>).....	19
2.7 <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	20
2.8 Penelitian Terdahulu	21
2.9 Kerangka Pemikiran.....	23
2.10 Hipotesis.....	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	27
3.2 Metode Penelitian.....	27
3.2.1 Jenis dan Sumber Data	28
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.2.3 Instrumen Penelitian.....	29
3.2.4 Penentuan Populasi dan Sampel.....	30
3.3 Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	31
3.3.1 Definisi Variabel	31
3.3.2 Operasionalisasi Variabel.....	32
3.4 Teknik Analisis Data.....	33

3.4.1	Analisis Statistik Deskriptif	34
3.4.2	Analisis <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	36
BAB IV	GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	46
4.1	PT. Ultrajaya Milk Industry and Trading Company, Tbk.....	46
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	46
4.1.2	Visi, Misi dan Strategi.....	47
4.1.2	Gambaran Umum Produk	47
BAB V	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	49
5.1	Gambaran Umum Responden	49
5.2	Analisis Deskriptif	56
5.3	Analisis <i>Partial Least Square</i> (PLS-SEM)	63
5.3.1	Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	64
5.3.2	Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	66
5.3.3	Analisis Hipotesis	71
5.3.4	Hubungan <i>Brand Equity</i> dengan Minat Pembelian Ulang	73
5.3.5	Hubungan <i>Brand Equity</i> dengan Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Konsumen.....	74
BAB VI	KESIMPULAN DAN SARAN	77
6.1	Kesimpulan	77
6.2	Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN	83
RIWAYAT HIDUP	93

DAFTAR TABEL

No.	Judul	Halaman
1.	Tabel 1. Data Produksi Susu Sapi Perah Terbesar di Jawa Barat	3
2.	Tabel 2. <i>Brand Value</i> 5 Merek Top di Indonesia.....	5
3.	Tabel 3. Kandungan Gizi Susu Sapi per 100 gram	8
4.	Tabel 4. Penelitian Terdahulu	22
5.	Tabel 5. Kandungan Nutrisi Susu UHT Ultra Milk dan Frisian Flag	24
6.	Tabel 6. Tahapan dan Waktu Penelitian	27
7.	Tabel 7. Skor Alternatif Jawaban.....	29
8.	Tabel 8. Operasionalisasi Variabel	32
9.	Tabel 9. Klasifikasi TCR	35
10.	Tabel 10. Persamaan Matematik setiap Indikator	40
11.	Tabel 11. Kriteria Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>) dalam PLS .	43
12.	Tabel 12. Kriteria Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>) dalam PLS.....	43
13.	Tabel 13. Kriteria Uji Hipotesis Model PLS.....	43
14.	Tabel 14. Sebaran Responden berdasarkan Asal Daerah.....	48
15.	Tabel 15. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
16.	Tabel 16. Karakteristik Responden berdasarkan Usia	49
17.	Tabel 17. Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir	50
18.	Tabel 18. Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan.....	51
19.	Tabel 19. Karakteristik Responden berdasarkan Penghasilan	51
20.	Tabel 20. Karakteristik Responden berdasarkan Frekuensi pembelian	52
21.	Tabel 21. Karakteristik Responden menurut Pengalaman Beli Merek lain..	53
22.	Tabel 22. Karakteristik Responden berdasarkan Merek yang digemari	53
23.	Tabel 23. Karakteristik Responden berdasarkan Tujuan Membeli	54
24.	Tabel 24. Tingkat Capaian Responden (TCR) <i>Brand Equity</i>	55
25.	Tabel 25. Tingkat Capaian Responden (TCR) Kepuasan Konsumen.....	57
26.	Tabel 26. Tingkat Capaian Responden (TCR) Minat Pembelian Ulang.....	58
27.	Tabel 27. Nilai Loading Faktor setiap Indikator	62
28.	Tabel 28. Nilai <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	64
29.	Tabel 29. Nilai <i>R-square</i> , <i>Adjusted R-square</i> , dan <i>Q2</i> Prediksi.....	65
30.	Tabel 30. Nilai <i>F Square</i> dan Koefisien Jalur.....	65
31.	Tabel 31. Model Persamaan Hubungan Variabel dengan Indikatornya	66
32.	Tabel 32. Model Persamaan Hubungan Indikator dengan Variabelnya	67
33.	Tabel 33. Nilai Koefisien Jalur Hasil <i>Bootstrapping</i>	69
34.	Tabel 34. Nilai Hubungan Langsung Antara Variabel (<i>direct effects</i>)	69
35.	Tabel 35. Nilai Hubungan Tidak Langsung Variabel (<i>indirect effects</i>)	70
36.	Tabel 36. Nilai Hubungan Antara Variabel (<i>Total effects</i>)	71

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Halaman
1.	Gambar 1. Rata-rata Konsumsi Susu perkapita Sebulan di Indonesia.....	2
2.	Gambar 2. Konsumsi Susu menurut Provinsi (2019).....	3
3.	Gambar 3. Merek Susu UHT terfavorit yang dikonsumsi masyarakat	5
4.	Gambar 4. Konsep <i>Brand Equity</i>	12
5.	Gambar 5. Piramida Kesadaran Merek	13
6.	Gambar 6. Nilai Asosiasi Merek.....	14
7.	Gambar 7. Nilai-Nilai Persepsi Kualitas	15
8.	Gambar 8. Tingkat Loyalitas Merek	16
9.	Gambar 9. Kerangka Pemikiran.....	25
10.	Gambar 10. Langkah-langkah Pemodelan dalam PLS	35
11.	Gambar 11. Model <i>First Order</i> Reflektif <i>Brand Equity</i> dengan Dimensi	36
12.	Gambar 12. Model <i>Second Order</i> Reflektif <i>Brand Awareness</i>	36
13.	Gambar 13. Model <i>Second Order</i> Reflektif Brand Association	36
14.	Gambar 14. Model <i>Second Order</i> Reflektif <i>Perceived Quality</i>	37
15.	Gambar 15. Model <i>Second Order</i> Reflektif <i>Brand Loyalty</i>	37
16.	Gambar 16. Model Reflektif Kepuasan Konsumen dengan Indikator.....	37
17.	Gambar 17. Model Reflektif Minat Beli Ulang dengan Indikator	37
18.	Gambar 18. Model <i>Second Order</i> Reflektif Minat Transaksional.....	38
19.	Gambar 19. Model <i>Second Order</i> Reflektif Minat Preferensial	38
20.	Gambar 20. Model <i>Second Order</i> Reflektif Minat Referensial	38
21.	Gambar 21. Model <i>Second Order</i> Reflektif Minat Eksploratif.....	38
22.	Gambar 22. Model <i>Inner</i> Variabel Penelitian	39
23.	Gambar 23. Diagram Jalur Model Hubungan	39
24.	Gambar 24. Model mediasi sederhana	44
25.	Gambar 25. Keluaran Grafik Algoritma PLS-SEM pada Model.....	61
26.	Gambar 26. Model Pengukuran Hasil Modifikasi	63
27.	Gambar 27. Hasil <i>Bootstrapping</i> Pengujian Hipotesis	68

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul	Halaman
1.	Lampiran 1. Indikator Pengukuran Variabel.....	82
2.	Lampiran 2. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian dengan PLS.....	83
3.	Lampiran 3. Hasil Uji <i>Outer Loading</i> dan <i>Outer Weight</i>	85
4.	Lampiran 4. Hasil Uji Hipotesis <i>Bootstrapping</i> Penelitian dengan PLS	86
5.	Lampiran 5. Hasil Uji Kebaikan Model Penelitian dengan PLS	89
6.	Lampiran 6. Riwayat Hidup Penulis	92