

PENGARUH *HEALTH CONSCIOUSNESS* DAN EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TEH BOTOL SOSRO *LESS SUGAR*

**MUHAMMAD RAVI SYAHPUTRA AMIN
H3401211109**



**DEPARTEMEN AGRIBISNIS
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh *Health Consciousness* dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Teh Botol Sosro *Less Sugar*” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Agustus 2026

Muhammad Ravi Syahputra Amin
H3401211109



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



ABSTRAK

MUHAMMAD RAVI SYAHPUTRA AMIN. Pengaruh *Health Consciousness* dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Teh Botol Sosro *Less Sugar*. Dibimbing oleh YANTI NURAENI MUFLIKH

Meningkatnya arus globalisasi dan digitalisasi membuat terjadinya kemudahan penyebaran informasi mengenai pentingnya menjaga kesehatan. Salah satu perhatian mengenai kesadaran kesehatan adalah perilaku konsumsi gula. Hal ini dimanfaatkan oleh industri-industri pangan menjadi peluang guna memenuhi permintaan konsumen yang mengarah kepada healthy product, salah satunya produk minuman dalam kemasan siap minum/RTD Teh Botol Sosro Less Sugar. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh health consciousness dan ekuitas merek terhadap keputusan pembelian minuman Teh Botol Sosro varian Less Sugar. Penelitian ini menggunakan data primer dari 168 responden di wilayah Kota Bogor dengan teknik penentuan responden secara purposive sampling. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan metode analisis Structural Equation Modelling (SEM-PLS). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa health consciousness merupakan variabel dengan pengaruh positif terbesar terhadap keputusan pembelian, diikuti oleh perceived quality dan brand loyalty. Di sisi lain, brand awareness dan brand association tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Health consciousness, ekuitas merek, keputusan pembelian, Teh Botol Sosro Less Sugar, SEM-PLS

ABSTRACT

MUHAMMAD RAVI SYAHPUTRA AMIN. The Influence of Health Consciousness and Brand Equity on Purchase Decisions for Teh Botol Sosro Less Sugar. Supervised by YANTI NURAENI MUFLIKH.

The increasing flow of globalization and digitalization has facilitated the dissemination of information about the importance of maintaining health. One concern regarding health awareness is sugar consumption behavior. Food industries are capitalizing on this opportunity to meet consumer demand for healthy products, one of which is the ready-to-drink (RTD) beverage, Teh Botol Sosro Less Sugar. This study aims to analyze the influence of health consciousness and brand equity on purchasing decisions for the Teh Botol Sosro Less Sugar variant. This study used primary data from 168 respondents in Bogor City using a purposive sampling technique. The collected data were analyzed using Structural Equation Modeling (SEM-PLS) analysis. The results indicate that health consciousness has the largest positive effect on purchasing decisions, followed by perceived quality and brand loyalty. However, brand awareness and brand association did not significantly influence purchasing decisions.

Keywords: Health consciousness, brand equity, purchasing decisions, Teh Botol Sosro Less Sugar, SEM-PLS



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2026¹
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

PENGARUH *HEALTH CONSCIOUSNESS* DAN EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TEH BOTOL SOSRO *LESS SUGAR*

MUHAMMAD RAVI SYAHPUTRA AMIN

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Agribisnis

**DEPARTEMEN AGRIBISNIS
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

Herawati, SE, M.Si

2 Al-May Abyan Izzy Burhani, SE, M.Si

Judul Skripsi : Pengaruh *Health Consciousness* dan Ekuitas Merek Terhadap
Keputusan Pembelian Teh Botol Sosro *Less Sugar*

Nama : Muhammad Ravi Syahputra Amin

NIM : H3401211109

Disetujui oleh

Pembimbing:

Dr. Yanti Nuraeni Muflikh, S.P., M.Agribus.



Diketahui oleh

Ketua Departemen Agribisnis

Dr. Ir. Burhanuddin, M.M.

NIP. 196802151999031001





@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Oktober 2025 sampai bulan Januari 2026 ini ialah Perilaku Konsumen Agribisnis, dengan judul “Pengaruh *Health Consciousness* dan Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian Teh Botol Sosro *Less Sugar*”. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan selesai dengan baik tanpa dukungan, bantuan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua penulis, Ramdhani Amin dan Shinta Jehan Shavira yang selalu mendoakan, mendukung, memotivasi, memberikan nasihat, dan menemani untuk hadir dalam setiap perjalanan hidup saya dari kecil hingga sekarang
2. Dr. Yanti Nuraeni Muflikh, S.P., M.Agribus selaku dosen pembimbing saya yang selalu sangat membantu proses penulisan dan memberikan masukan penulisan
3. Herawati, SE, M.Si dan Al-May Abyan Izzy Burhani, SE, M.Si selaku dosen Departemen Agribisnis yang membantu dan mendukung saya pada saat proses penulisan skripsi bahkan selama masa perkuliahan dan aktif di organisasi
4. Seluruh dosen serta staf Departemen Agribisnis yang telah memberikan usaha terbaik dalam mendukung berjalannya perkuliahan
5. Seluruh responden yang telah bersedia membantu mengisi kuesioner dan membantu dalam proses pengumpulan data.
6. Teman-teman saya (Maulana, Dzaki, Ilham, Ikmal, Yusuf, Ibnu, Bang Ipul, dan Miranda). Yang selalu hadir untuk memberikan dukungan, bantuan, dan doa kepada penulis selama penyusunan skripsi
7. Teman-teman Agribisnis 58 yang telah berjuang bersama untuk dapat menjalankan perkuliahan

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan..

Bogor, Agustus 2026

Muhammad Ravi Syahputra Amin



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan	8
1.4 Manfaat	8
1.5 Ruang Lingkup	8
II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Health Consciousness terhadap Proses Pembelian Minuman dengan Label Kesehatan	9
2.2 Ekuitas Merek Minuman Siap Minum	10
2.3 Konsumen dalam Menentukan Keputusan Pembelian Minuman dengan Klaim Less Sugar	11
III KERANGKA PEMIKIRAN	13
3.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	13
3.2 Kerangka Pemikiran Operasional	20
3.3 Hipotesis	21
IV METODE	23
4.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	23
4.2 Jenis dan Sumber Data	23
4.3 Metode Penentuan Responden	23
4.4 Metode Pengumpulan Data	23
4.5 Metode Analisis Data	24
4.6 Variabel Operasional Penelitian	28
V HASIL DAN PEMBAHASAN	31
5.1 Karakteristik Responden	31
5.2 Pola Perilaku Pembelian Teh Botol Sosro Less Sugar	32
5.3 Analisis Deskriptif Indikator pada Variabel Penelitian	36
5.4 Pengaruh Health Consciousness dan Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian Teh Botol Sosro Less Sugar	39
VI SIMPULAN DAN SARAN	52
6.1 Simpulan	52
6.2 Saran	52
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN	58
RIWAYAT HIDUP	64



DAFTAR TABEL

1	<i>Top brand index</i> kategori teh dalam kemasan siap minum	4
2	Skala likert	25
3	Variabel penelitian	28
4	Karakteristik responden	31
5	Merek teh dalam kemasan yang diketahui responden	32
6	Merek teh dalam kemasan yang paling sering dibeli	33
7	Keuntungan dan manfaat yang dirasakan responden	33
8	Tempat membeli Teh Botol Sosro <i>Less Sugar</i>	34
9	Frekuensi konsumsi Teh Botol Sosro <i>Less Sugar</i>	34
10	Keperluan konsumsi Teh Botol Sosro <i>less Sugar</i>	35
11	Sumber informasi mengenai Teh Botol Sosro <i>Less Sugar</i>	35
12	Deskripsi <i>health consciousness</i>	36
13	Deskripsi <i>brand awareness</i>	36
14	Deskripsi <i>brand association</i>	37
15	Deskripsi <i>perceived quality</i>	37
16	Deskripsi <i>brand loyalty</i>	38
17	Deskripsi keputusan pembelian	39
18	Nilai <i>loading faktor</i> dan AVE	42
19	Nilai <i>cross loading</i>	43
20	<i>Fornell-larcker criterion</i>	44
21	<i>Heterotrait-monotrait ratio</i> (HTMT)	44
22	Hasil uji <i>composite reliability</i> dan <i>cronbach's alpha</i>	45
23	Nilai <i>r-square</i> variabel endogen	45
24	Hasil uji <i>bootstrapping</i>	46
25	Hasil analisis kepentingan dan kinerja variabel laten	49

DAFTAR GAMBAR

1	Data konsumsi gula per kapita seminggu di Indonesia	2
2	Kebiasaan konsumsi makanan dan minuman manis masyarakat Indonesia	2
3	Komparasi <i>top brand index</i> teh dalam kemasan siap minum tahun 2021-2025 (<i>Top Brand Award 2025</i>)	6
4	Piramida kesadaran merek Aaker (1991)	15
5	Piramida loyalitas merek Aaker (1991)	17
6	Model ekuitas merek Aaker (1991)	18
7	Tahapan keputusan pembelian (Solomon 2020)	19
8	Diagram alur penelitian	20
9	Kerangka pemikiran operasional	21
10	Peta IPMA pada Sem-PLS	28
11	Model diagram jalur PLS	40
12	Uji validitas tahap awal	41
13	Uji validitas tahap akhir	42
14	Diagram IPMA	48