

# **PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SUSU SEGAR GREENFIELDS**

**NISA FITRIYANI**



**DEPARTEMEN AGRIBISNIS  
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2024**

- 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 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 Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Susu Segar Greenfields” 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, Juli 2024

Nisa Fitriyani  
H3401201007

- 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 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

NISA FITRIYANI. Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Susu Segar Greenfields. Dibimbing oleh NIA ROSIANA.

Perkembangan industri susu di Indonesia sejalan dengan kebutuhan susu yang terus meningkat. Greenfields merupakan salah satu merek yang belum lama berada di industri dan berhasil menjadi *market leader* susu segar di Indonesia, namun belum dapat berada pada *Top Brand Award*. Penelitian bertujuan untuk mengidentifikasi karakteristik konsumen dan menganalisis pengaruh ekuitas merek terhadap keputusan pembelian konsumen susu segar Greenfields. Penelitian dilakukan di Jakarta. Jumlah sampel penelitian sebanyak 125 responden yang dianalisis menggunakan analisis deskriptif dan *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan karakteristik konsumen susu segar Greenfields mayoritas perempuan berusia 18–25 tahun, domisili di Jakarta Selatan, dengan pendidikan terakhir SMA/Sederajat. Konsumen mayoritas karyawan swasta berpenghasilan Rp5.000.001-Rp7.000.000 dan pengeluaran untuk konsumsi berkisar Rp500.000–Rp1.000.000 tiap bulan, dengan frekuensi konsumsi susu segar 1–5 kali tiap bulan. Analisis SEM-PLS menunjukkan ekuitas merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil, Greenfields dapat memperluas target pasar ke segmen anak-anak dan melakukan promosi lebih intensif.

**Kata Kunci** : Ekuitas Merek, Loyalitas Merek, Pemimpin Pasar, SEM-PLS

## ABSTRACT

NISA FITRIYANI. The Influence of Brand Equity on Consumer Purchasing Decisions for Greenfields Fresh Milk. Supervised by NIA ROSIANA.

The development dairy industry Indonesia is in line with the increasing demand for milk. Greenfields is a brand that has succeeded in becoming market leader for fresh milk in Indonesia, but not yet able to be in the Top Brand Award. The research aims to identify consumer characteristics and analyze the influence of brand equity on consumer purchasing decisions for Greenfields fresh milk. The research was conducted in Jakarta. The total research sample was 125 respondents, who were analyzed using descriptive analysis and Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS). The results show characteristics consumers are mostly women aged 18–25 years, domiciled in South Jakarta, with a high school education. Majority of consumers are private employees with incomes from IDR 5,000,001-IDR 7,000,000 and expenditures on consumption from IDR 500,000-IDR 1,000,000 per month, with a frequency consuming fresh milk 1–5 times per month. SEM-PLS analysis shows that brand equity have a positive significant effect on purchasing decisions. Based on the results, Greenfields can expand its target market to children segmentation and carry out more intensive promotions.

**Keywords**: Brand Equity, Brand Loyalty, Market Leader, SEM-PLS

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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@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 2024  
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 EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SUSU SEGAR GREENFIELDS**

**NISA FITRIYANI**

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

**DEPARTEMEN AGRIBISNIS  
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2024**



**@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:**

1. **Dr. Ir. Harmini, M.Si**
2. **Ir. Narni Farmayanti, M.Sc**





Judul Skripsi : Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian  
Konsumen Susu Segar Greenfields

Nama : Nisa Fitriyani  
NIM : H3401201007

Disetujui oleh

Pembimbing :  
Dr. Nia Rosiana, SP, M.Si



digitally signed by Dr. Nia Rosiana, SP, M.Si  
9356A8AA-FEE2-40FE-854C-A08FD083F401

Diketahui oleh

Ketua Departemen Agribisnis:  
Dr. Ir. Burhanuddin, MM  
NIP 196802151999031001



digitally signed by Dr. Ir. Burhanuddin, MM  
#091gnipb.ac.id

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 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 penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Susu Segar Greenfields" dengan baik.

Terima kasih penulis ucapkan kepada Dr. Nia Rosiana, S.P, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan banyak arahan, masukan, dan motivasi dari awal penyusunan proposal hingga skripsi ini terselesaikan. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Dr. Ir. Andriyono Kilat Adhi selaku dosen pembimbing akademik yang telah banyak membantu penulis selama perkuliahan. Penulis juga mengucapkan banyak terima kasih pada Prof. Dr. Amzul Rifin, S.P. MA selaku dosen evaluator kolokium, Tursina Andita Putri, S.E, M.Si selaku dosen moderator seminar, serta Dr. Ir. Harmini, M.Si dan juga Ir. Narni Farmayanti, M.Sc selaku dosen penguji yang telah memberikan saran dalam penelitian ini.

Ucapan terima kasih juga peneliti sampaikan untuk Almarhum Ayahanda Dedi Suryono dan Ibunda Siti Sa'diyah yang telah memberikan banyak kasih sayang, do'a, dukungan moril dan materil sepanjang perjalanan hidup penulis. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Syahdi Arrizki, Nailly Farhana, Nur Amalia Ramadhanti, dan Putri Febri Rahayu selaku saudara kandung dan sepupu penulis yang selalu memberikan dukungannya. Terakhir, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada teman-teman khususnya Carelia Nurlita Sari, Farissa Budiani, Nurhasanah, Oktavia Nur Laili, Salmadika Annisa, dan Nurisya Zoya yang telah banyak memberikan bantuan, pengalaman, dan pembelajaran yang berharga bagi penulis.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Meski begitu, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juli 2024

*Nisa Fitriyani*

## DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	ix
<b>I PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	5
<b>II TINJAUAN PUSTAKA</b>	<b>6</b>
2.1 Karakteristik Konsumen Susu	6
2.2 Ekuitas Merek dalam Keputusan Pembelian Konsumen Susu	7
<b>III KERANGKA PEMIKIRAN</b>	<b>9</b>
3.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	9
3.1.1 Susu Segar	9
3.1.2 Merek	9
3.1.3 Ekuitas Merek	10
3.1.4 Keputusan Pembelian	13
3.2 Kerangka Pemikiran Operasional	14
<b>IV METODE PENELITIAN</b>	<b>16</b>
4.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	16
4.2 Jenis dan Sumber Data	16
4.3 Metode Penentuan Sampel	16
4.4 Metode Pengumpulan Data	17
4.5 Pengujian Kuesioner	17
4.6 Metode Analisis dan Pengolahan Data	17
4.7 Variabel Operasional Penelitian	20
4.8 Hipotesis Penelitian	22
<b>V HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	<b>23</b>
5.1 Gambaran Umum Perusahaan Produsen Susu Segar Greenfields	23
5.2 Karakteristik Konsumen Susu Segar Greenfields	23
5.3 Analisis Ekuitas Merek Susu Segar Greenfields	27
5.4 Implikasi Manajerial	42
<b>VI SIMPULAN DAN SARAN</b>	<b>45</b>
6.1 Simpulan	45
6.2 Saran	45
DAFTAR PUSTAKA	46
LAMPIRAN	50
RIWAYAT HIDUP	64

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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



## DAFTAR TABEL

1. Rata-rata partisipasi konsumsi susu	2
2. Data kebutuhan susu di Indonesia	2
3. Data <i>brand index</i> susu cair dalam kemasan tahun 2018-2022	4
4. Skala Likert	18
5. Variabel penelitian	21
6. Sebaran Jenis Kelamin Responden	24
7. Sebaran Usia Responden	24
8. Sebaran Domisili Responden	25
9. Sebaran Pendidikan Terakhir Responden	25
10. Sebaran Pekerjaan Responden	26
11. Sebaran Pendapatan per Bulan Responden	26
12. Sebaran Pengeluaran untuk Konsumsi dan Frekuensi Konsumsi Susu Segar per Bulan oleh Responden	27
13. Perhitungan Nilai Indikator Kesadaran Merek	29
14. Perhitungan Nilai Indikator Asosiasi Merek	30
15. Perhitungan Nilai Indikator Persepsi Kualitas	32
16. Perhitungan Nilai Indikator Loyalitas Merek	34
17. Nilai Awal <i>Loading Factor</i> dan <i>AVE First Order</i>	36
18. Nilai Akhir <i>Loading Factor</i> dan <i>AVE First Order</i>	37
19. Nilai <i>Cross Loadings First Order</i>	38
20. Nilai <i>Composite Reliability First Order</i>	38
21. Nilai <i>Loading Factor Second Order</i>	39
22. Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE) Second Order</i>	39
23. Nilai <i>Cross Loadings Second Order</i>	40
24. Nilai <i>Composite Reliability Second Order</i>	40
25. Hasil Uji <i>Bootstrapping</i>	41
26. Hasil Perhitungan IPMA Susu Segar Greenfields	42

## DAFTAR GAMBAR

1. Data produksi susu segar tahun 2018-2022	1
2. Piramida kesadaran merek	11
3. Piramida loyalitas merek	12
4. Konsep ekuitas merek	13
5. Model perilaku pengambilan keputusan konsumen	14
6. Kerangka pemikiran operasional	15

## DAFTAR LAMPIRAN

1. Uji Validitas Awal	50
2. Uji Validitas Akhir (setelah <i>dropping</i> )	55
3. Uji Reliabilitas	60
4. Model Awal Penelitian	61
5. Model Akhir Penelitian (setelah <i>dropping</i> )	62
6. Visualisasi Produk Susu Segar Greenfields	63