

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pertumbuhan Jus di Indonesia dalam <i>Value</i> dan <i>Volume</i> .....	3
Tabel 1.2 <i>Market Share</i> Jus di Indonesia .....	7
Tabel 1.3 Penelitian Terdahulu .....	10
Tabel 4.1 Operasionalisasi Variabel <i>Brand Awareness</i> .....	36
Tabel 4.2 Operasionalisasi Variabel <i>Perceived Quality</i> .....	36
Tabel 4.3 Operasionalisasi Variabel <i>Brand Association</i> .....	37
Tabel 4.4 Operasionalisasi Variabel <i>Brand Loyalty</i> .....	37
Tabel 4.5 Operasionalisasi Variabel <i>Overall Brand Equity</i> .....	38
Tabel 4.6 Operasionalisasi Variabel <i>Purchase Intention</i> .....	38
Tabel 4.7 Operasionalisasi Variabel <i>Willingness to Pay a Premium Price</i> .....	38
Tabel 5.1 Faktor Analisis dan Validitas <i>Brand Awareness</i> .....	53
Tabel 5.2 Faktor Analisis dan Validitas <i>Perceived Quality</i> .....	53
Tabel 5.3 Faktor Analisis dan Validitas <i>Brand Association</i> .....	54
Tabel 5.4 Faktor Analisis dan Validitas <i>Brand Loyalty</i> .....	54
Tabel 5.5 Faktor Analisis dan Validitas <i>Overall Brand Equity</i> .....	55
Tabel 5.6 Faktor Analisis dan Validitas <i>Purchase Intention</i> .....	55
Tabel 5.7 Faktor Analisis dan Validitas <i>Willingness Premium Price</i> .....	55
Tabel 5.8 Uji Reliabilitas .....	56
Tabel 5.9 Distribusi Responden Berdasarkan Demografi .....	57
Tabel 5.10 Hasil Uji Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	58
Tabel 5.11 Hasil Uji Responden Berdasarkan Usia .....	58
Tabel 5.12 Hasil Uji Responden Berdasarkan Pendidikan .....	59
Tabel 5.13 Hasil Uji Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	60
Tabel 5.14 Analisis Model Struktural .....	62
Tabel 5.15 Hasil Analisis <i>Goodness of Fit</i> .....	63
Tabel 5.18 Pengujian Hipotesis Model Penelitian .....	67