

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Komparasi <i>Brand Index</i> Produk Teh dalam Kemasan .....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel <i>Purchase Intention</i> .....	21
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel <i>Brand Image</i> .....	21
Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel <i>Perceived Price</i> .....	21
Tabel 3.4 Operasionalisasi Variabel <i>Brand Awareness</i> .....	22
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	26
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	27
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	27
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	28
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan .....	28
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Produk Teh Pucuk Harum .....	29
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai <i>Purchase Intention</i> .....	30
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Mengenai <i>Brand Image</i> .....	31
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Mengenai <i>Perceived Price</i> .....	31
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Mengenai <i>Brand Awareness</i> .....	32
Tabel 4.11 Hasil Uji <i>Loading Factors</i> .....	33
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i> .....	34
Tabel 4.13 Hasil Uji <i>Cross Loading</i> .....	34
Tabel 4.14 Hasil Uji <i>Fornell-Larcker Criterion</i> .....	35
Tabel 4.15 Hasil Uji <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i> .....	35
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	36
Tabel 4.17 Hasil Uji <i>Effect Size</i> ( $f^2$ ).....	36
Tabel 4.18 Hasil Uji <i>Goodness of Fit Index</i> (GoF) .....	37
Tabel 4.19 Hasil Uji <i>Path Coefficient</i> .....	37
Tabel 4.20 Hasil Pengujian Hipotesis.....	38