

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity Capitalizing on the Value of a Brand Name*. The Free Press: New York.
- Almatholib, S. A., Suherman, C., & Rachmadi, M. (2017). Pola hubungan nutrisi tajuk, morfologi tajuk, komponen tandan dan komponen hasil kelapa sawit pada lahan gambut di Kalimantan Tengah. *Agrikultura*. **28**(1): 1 – 8.
- Antika, W., & Setiadi, Y. W. (2021). Pengaruh media sosial dan *brand image* terhadap keputusan pembelian sayur hidroponik (studi kasus pada central hidroponik Kota Bengkulu). *J. Entrepreneur dan Manajemen Sains*. **2**(2): 426-436.
- Azzahra, A. H., Hidayat, Y. R., & Budirokhman, D. B. (2023). Analisis kepuasan konsumen pada rantai pasok pangan pendek produk sayur segar di Kabupaten Cirebon. *J. Ilmiah Ilmu-Ilmu Pertanian*. **17**(2): 81-90.
- Badan Pusat Statistik (2022). Rata-rata Pengeluaran per Kapita Sebulan Menurut Kelompok Komoditas (rupiah) 2020-2022. Badan Pusat Statistik: Jakarta. <https://jakarta.bps.go.id/indicator/5/129/1/rata-rata-pengeluaran-per-kapita-sebulan-menurut-kelompok-komoditas-rupiah-.html> (diakses tanggal: 12 Juli 2024)
- Bless, F., & Dampa, D. (2021). Analisis pendapatan pedagang sayur-sayuran pada pondok menetap di Kelurahan Aban Kabupaten Manokwari. *Sosio Agri Papua*. **10**(2): 189-196.
- Dwiyanti, E., N. Qomariah & W. M. Tyas. (2018). Pengaruh persepsi kualitas, nama merek dan kesadaran merek terhadap keputusan pembelian. *J. Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia*. **8**(2): 148 - 163.
- Ermianti, C., Amanah, D., Utami, S., & Harahap, D. A. (2021). Minat beli konsumen terhadap sayuran organik pada pasar tradisional ditinjau dari persepsi harga dan sikap konsumen (studi pada Pasar Sambas Medan). *Tirtayasa Ekonomika*. **16**(2): 282-295.
- Febrianti, T., Tsani, A., & Milla, A. N. (2019). Analisis preferensi konsumen terhadap sayuran hidroponik di Kota Sukabumi. *J. Ilmiah Pertanian*. **7**(1): 1-8.
- Firmansyah, M. A. (2023). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning & Strategy*. Penerbit Qiara Media.

- Furadantin, N. R. (2018). Analisis data menggunakan aplikasi smartpls v.3.2.7. *J. manajemen.* **1**(1): 1-18.
- Ghianti, A. C., & Sukmono, R. A. (2023). Factors influencing consumer purchase decisions: a study on Pawon Klotok Ning Ninik products in Surabaya. *Indonesian Journal of Law and Economics Review.* **18**(4): 1-16.
- Ghozali, I., & Kusumadewi, K. A. (2023). *Partial Least Square Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 4.0 Untuk Penelitian Empiris Edisi 1 (1st ed.)*. Yoga Pratama: Semarang.
- Hair, J. F., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Black, W. C. (2019). *Multivariate Data Analysis*. Annabel Ainscow: United Kingdom.
- Hair, J. F., Hault, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Third Edition. SAGE: Los Angeles.
- Hamid, R. S., & Anwar, S. M. (2019). *Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan Program SmartPLS 3.2.8 dalam Riset Bisnis (1st ed., Vol 1)*. PT Inkubator Penulis Indonesia: Jakarta.
- Handaya, W., Dasipah, E., Karyana, K. S., Permana, N. S., & Sukmawati, D. (2023). Pengaruh kualitas produk dan karakteristik konsumen terhadap pembelian sayuran hidroponik (suatu survei terhadap konsumen sayuran hidroponik UPTD kawasan agroeduwisata Cikundul Kota Sukabumi). *J. Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis.* **9**(1): 965-982.
- Herliza, R., & Saputri, M. E. (2016). Pengaruh brand image terhadap kepuasan pelanggan. *J. Manajemen.* **3**(2): 1949 – 1955.
- Hikmawati, F. (2020). *Metodologi penelitian*. PT Raja Grafindo Persada: Depok.
- Hilda, C. M., Khumaira, K., & Fitri, S. (2024). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli sayuran hidroponik di galery hidroponik Aceh Kecamatan Lhoknga Kabupaten Aceh Besar. *J. Sains dan Aplikasi.* **12**(1): 16-24.
- Hongu, A. M., Sumarno, S., & Sadiyah, A. A. (2022). Pola konsumsi rumah tangga terhadap sayuran pasca covid-19 di Kota Batu. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis.* **11**(1): 792-800.
- Hoppu, U., Puputti, S., & Sandell, M. (2021). Factors related to sensory properties and consumer acceptance of vegetables. *Critical Reviews in Food Science and Nutrition.* **61**(10): 1751-1761.

- Ilhamdi, M. L., Idrus, A. A., & Syahrudin, A. R. (2018). Pelatihan pertanian sistem hidroponik bagi masyarakat dengan lahan terbatas di Kota Mataram. *J. Pendidikan Dan Pengabdian Masyarakat*. **1**(2): 282 – 286.
- Iriawan, H. (2021). *Manajemen Merek & Kepuasan Pelanggan*. PT NEM: Pekalongan.
- Jatmika, R. T. D., Ruspindi, S. R., & Suyono, T. (2022). Pengaruh brand image dan e-commerce terhadap keputusan pembelian di UD. *Bahana Agro Kecamatan Cipanas Kabupaten Cianjur. J. AGRITA*. **4**(2): 136-150.
- Jogiyanto & Abdilah, W. (2009). *Konsep & Aplikasi PLS (Partial Least Square) untuk Penelitian Empiris*. BPFE Yogyakarta: Yogyakarta.
- Jogiyanto. (2011). *Konsep dan Aplikasi Structural Equation Model Berbasis Varian dalam Penelitian Bisnis*. STIM YKPN: Yogyakarta.
- Jusuf, D. I. (2021). *Perilaku Konsumen di Masa Bisnis Online*. Penerbit Andi: Yogyakarta.
- Keller, L. K. (2013). *Strategic Brand Management, Building, Measuring, and Managing Brand Equity 4th Edition*. Pearson Education. Horlow.
- Keller, L. K., Parameswaran, A. M. G., & Jacob, I. (2015). *Strategic Brand Management, Bulding, Measuring, and Managing Brand Equity 4* Edition*. Pearson India Education Services. Uttar Pradesh.
- Kemenkes. (2014). *Pedoman Gizi Seimbang*. Kementerian Kesehatan Republik Indonesia: Jakarta.
- Kementrian Pertanian (2023). *Statistik Konsumsi Pangan Tahun 2023*. Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian, Sekretariat Jenderal: Jakarta.
- Kotler & Armstrong. (2012). *Manajemen Pemasaran: Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian, Edisi 2*. Erlangga: Jakarta.
- Kotler, P., dan Armstrong, G., (2018). *Principles of Marketing, 17th Edition*, New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*, New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Listyawati, D., Dewati, R., Arianti, Y. S., & Setyarini, A. Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian sayuran di Agrowisata Barro Tani Manunggal Desa Kepatihan Kecamatan Selogiri Kabupaten Wonogiri.

Agricultural Socio-Economic Empowerment and Agribusiness Journal. **2**(1): 10-18.

- Makmur, T., Mujiburrahmad, M., & Afrizal, A. (2023). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan membeli sayuran hidroponik di Kota Banda Aceh (Studi Pada Sayuran Pakcoy (Brassica rapa L). *J. Ilmiah Mahasiswa Pertanian*. **8**(4): 193-204.
- Masjid, N., Dolorosa, E., & Imelda, I. (2018). Sikap dan minat konsumen terhadap proses keputusan pembelian sayuran hidroponik di Kota Pontianak. *J. Sains Pertanian Equator*. **8**(2): 1-11.
- Musyaffi, A.M., Khairunnisa, H., & Respati, D. K. (2021). Konsep Dasar Structural Equation Model – Partial Least Square (SEM-PLS) menggunakan SmartPLS. Pascal Books: Tangerang.
- Nabilah, Z., S, Hermuningsih. S., & Wiyono, (2020). Pengaruh operating leverage dan likuiditas terhadap nilai perusahaan dengan struktur modal sebagai variabel intervening pada perusahaan sektor consumer goods industry yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016 - 2018. *J. Bisman* **3**(2): 148 - 159.
- Noviani, N., & Wahyuni, S. (2016). Analisis strategi pemasaran sayuran hidroponik merek papamama farm. *J. Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora*. **1**(1): 29-42.
- Nurjannah, R., & Nugroho, Y. (2023). Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian sayur organik pada usaha kedai taniku. *J. Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*. **9**(1): 1406-1417.
- Pangestu, M. F., Suryaputra, R., & Herbert, G. G. (2015). Analisis Pengaruh *Product Image, Word Of Mouth*, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Buah Lokal Di Surabaya. *J. Gema Aktualita*. **4**(2): 13 – 19.
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan *digital marketing* bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *J. Pemberdayaan Masyarakat Madani*. **1**(1): 1-17.
- Putri, D. E., Sudirman, A., Suganda, A. D., Kartika, R. D., Martini, E., Susilowati, H., Trenggana, A. F. M., Zulfikar, R., Handayani, T., & Kusuma, G. P. E. (2021). *Brand Marketing*. Widina Vhakti Persada: Bandung.
- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran: Marketing Concepts and Strategies*. CV. Sah Media: Makasar.

- Sarwono, J & U. Narimawati. 2015. *Membuat Skripsi, Tesis dan Disertasi Partial Least Square SEM (PLS-SEM)*. Penerbit Andi: Yogyakarta.
- Santosa, A. D. & Rahardjo, D. S. (2021). *PLS dan GeSCA Dalam Analisis Kuantitatif*. Kepel Press: Yogyakarta.
- Santoso, S. (2018). *Konsep dasar dan Aplikasi SEM dengan AMOS 24*. PT Elex Media Komputindo: Jakarta.
- Setiadi, N. J. (2003). *Konsep dan Implikasi untuk Strategi & Penelitian Pemasaran*. Prenada Media: Jakarta.
- Setiadi, N. J. (2015). *Perilaku Konsumen: edisi revisi*. Kencana: Jakarta.
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga*. Prenada Media: Jakarta.
- Suhartini, M., Khotimah, K., & Hidayat, R. (2020). Persepsi konsumen dan pengambilan keputusan pembelian terhadap produk sehat di Asri Organik-Sehat Tambakrejo Jombang. *AGROSAINTIFIKA*. **2**(2): 131-146.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D*. CV Alfabeta: Bandung.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta: Bandung.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Administrasi*. Alfabeta: Bandung.
- Sunaryo, S., & Tuti, M. (2023). Pengaruh kualitas produk, brand equity dan suasana terhadap keputusan pembelian. *J. Manajemen Bisnis*. **26**(2): 40-51.
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan pembelian: sebagai variabel mediasi hubungan kualitas produk dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen. *J. Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*. **5**(1): 67-86.
- Tjiptono, F. (2012). *Pemasaran Jasa*. Bayumedia Publishing: Malang.
- Wasil, M. (2017). Pengaruh brand awareness, brand association, dan perceived quality. *Forum Ekonomi*. **19**(2): 137-147.
- Widyastuti, P. (2018). Kualitas dan harga sebagai variabel terpenting pada keputusan pembelian sayuran hidroponik. *Ekspektra: J. Bisnis dan Manajemen*. **2**(1): 17-28.

- Wityanisa, L. (2022). Analisis pengaruh brand awareness, brand image, dan brand trust terhadap keputusan pembelian susu cair UHT indomilk di swayalan Kota Surakarta. *Agrista*. **10**(1): 1-11.
- Yanti, Z., & Murtala. (2019) Pengaruh pendapatan, jumlah anggota keluarga dan pendidikan terhadap konsumsi rumah tangga di Kecamatan Muara Dua. *J. Ekonomi Indonesia*. **8**(2): 72 – 81.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Apakah sebelumnya sudah pernah membeli produk Sayuran Pagi :
 Belum Sudah
3. Jenis kelamin :
 Laki-laki Perempuan
4. Domisili :
5. Usia (tahun) :
 18 – 20
 21 – 30
 31 – 40
 41 – 50
 > 50
6. Pekerjaan :
 Pelajar/Mahasiswa
 PNS
 Pegawai Swasta
 Pegawai BUMN
 Wirausaha
 Ibu Rumah Tangga
 Lainnya, sebutkan...
7. Pendidikan terakhir :
 SMA
 Diploma
 S1
 S2
 Lainnya

8. Jumlah anggota rumah tangga :

9. Pendapatan :

- < 3.000.000
- 3.000.000 – 5.000.000
- 5.000.001 – 7.000.000
- > 7.000.000

10. Jenis sayur yang sering dibeli :

11. Frekuensi pembelian :

- 2 kali
- 3 kali
- >3 kali

PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN

No	PERNYATAAN	STS	TS	CS	S	SS
Pengenalan masalah						
1.	Pentingnya mengkonsumsi makanan yang mengandung sumber vitamin dan mineral, seperti sayur yang merupakan sumber pangan yang sehat dan berkualitas					
2.	Membeli Sayuran Pagi untuk memenuhi kebutuhan keluarga dalam konsumsi sayur					
Pencarian informasi						
1.	Mengetahui produk Sayuran Pagi dari keluarga/ tetangga/teman/media sosial					
2.	Informasi mengenai produk Sayuran Pagi dapat dengan mudah ditemukan melalui media sosial atau internet.					

Evaluasi alternatif						
1.	Apabila produk Sayuran Pagi tidak tersedia atau habis, saya tidak akan membeli produk sayur merek yang lain					
2.	Membeli Sayuran Pagi setelah membandingkan produk merek yang satu dengan produk merek lainnya (harga, atribut fisik sayur, ketersediaan sayur, dan variasi sayur)					
Keputusan pembelian						
1.	Memutuskan untuk membeli produk Sayuran Pagi dengan terencana					
2.	Membeli Sayuran Pagi karena harga terjangkau					
3.	Membeli Sayuran Pagi karena kualitas yang ditawarkan baik dan produk sesuai dengan apa yang diharapkan					
Perilaku pasca pembelian						
1.	Kualitas sayur merek Sayuran Pagi sangat baik					
2.	Merasa kebutuhan pangan terpenuhi dan berencana untuk membeli produk Sayuran Pagi lagi.					
3.	Akan merekomendasi Sayuran Pagi kepada orang lain					

DAFTAR PERNYATAAN

Pilihlah pernyataan di bawah ini sesuai dengan pengalaman Anda mengenai Sayuran hidroponik Sayuran Pagi dengan memberikan tanda (√) pada kolom yang tersedia dengan keterangan :

- 1 = Sangat Tidak Setuju
 2 = Tidak Setuju
 3 = Cukup Setuju
 4 = Setuju
 5 = Sangat Setuju

KESADARAN MEREK		STS	TS	CS	S	SS
1.	Sayuran Pagi adalah merek yang pertama kali terlintas ketika saya ingin membeli sayur					
2.	Mampu mengingat apa itu “Sayuran Pagi” begitu mendengar orang lain menyebut kata “Sayuran Pagi”					
3.	Langsung mengenali sayur merek Sayuran Pagi setelah melihat logonya.					
4.	Memasukkan merek Sayuran Pagi sebagai alternatif ketika akan membeli produk sayuran					
5.	Teringat merek Sayuran pagi ketika sedang mengonsumsi sayuran merek lain.					
6.	Ketika sedang mengonsumsi sayur merek lain, saya selalu membandingkan dengan produk					

	sayur merek Sayuran Pagi (segi kualitas)					
CITRA MEREK		STS	TS	CS	S	SS
1.	Merek Sayuran Pagi memiliki kemasan yang memuat informasi yang dibutuhkan oleh konsumen					
2.	Sayuran Pagi memiliki berbagai macam jenis sayur yang segar					
3.	Merek Sayuran Pagi tergolong unik karena sayuran diproduksi dengan sistem hidroponik					
4.	Sayuran pagi merupakan merek sayur yang menjual produknya dengan kualitas memuaskan					
5.	Sayuran Pagi adalah merek yang suka melakukan discount dan memiliki banyak varian produk					
6.	Sayuran Pagi memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen serta harga produk sesuai dengan kualitas yang ditawarkan.					
7.	Merasa puas setelah membeli dan mengkonsumsi produk Sayuran Pagi					
KUALITAS PRODUK		STS	TS	CS	S	SS
1.	Sayur hidroponik merek Sayuran Pagi memiliki warna yang segar (tidak pucat atau kusam)					
2.	Sayur hidroponik merek Sayuran Pagi memiliki penampilan fisik					

	yang baik (tidak layu, tidak banyak bitnik dan tidak ada lubang)					
3.	Sayuran pagi memiliki kebersihan yang terjamin					
4.	Sayur hidroponik merek Sayuran Pagi memiliki rasa yang nikmat dan tidak pahit					
5.	Sayur hidroponik merek Sayuran Pagi memiliki aroma yang segar (tidak berbau busuk)					
6.	Sayur hidroponik merek Sayuran Pagi memiliki tekstur yang tepat (tidak terlalu keras atau tidak terlalu lembek)					
KEPUTUSAN PEMBELIAN		STS	TS	CS	S	SS
1.	Yakin membeli sayuran merek Sayuran Pagi karena kualitasnya terjamin					
2.	Membeli Sayuran Pagi karena kemantapan harga yang terjangkau					
3.	Terbiasa membeli produk Sayuran Pagi untuk memenuhi kebutuhan keluarga					
4.	Akan merekomendasikan kepada teman/keluarga/tetangga untuk membeli produk Sayuran Pagi sebagai pilihannya					
5.	Akan membeli lagi produk sayur merek Sayuran Pagi di lain waktu.					

Lampiran 2. Data Responden

No.	Nama	Jenis Kelamin	Usia (Tahun)	Pekerjaan	Pendidikan Terakhir	Jumlah Anggota Keluarga	Pendapatan	Jenis Sayur yang dibeli	Frekuensi Pembelian
1.	Ghisela	P	31 - 40	Swasta	S1	4	> Rp 10.000.000	Kangkung	> 3 kali
2.	Gracia	P	21 - 30	Swasta	S1	3	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	Kangkung	3 kali
3.	Ajeng Yunita Sari	P	31 - 40	BUMN	S1	3	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	Kangkung	2 kali
4.	Citra Amalia	P	21 - 30	BUMN	S1	2	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	Kale	3 kali
5.	Chintya	P	31 - 40	Swasta	S1	3	> Rp 10.000.000	Pakcoy	3 kali
6.	Charles	L	21 - 30	Swasta	S1	2	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	Kangkung	3 kali
7.	Gita	P	41 - 50	BUMN	S1	4	> Rp 10.000.000	Kale	> 3 kali
8.	Raihan	L	31 - 40	Swasta	S1	4	> Rp 10.000.000	Kangkung	3 kali
9.	Siti	P	41 - 50	Swasta	SMA	4	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	Horenzo	3 kali
10.	Bimantara	L	31 - 40	Swasta	S1	4	> Rp 10.000.000	Bayam hijau	> 3 kali
11.	Dewangga	L	41 - 50	Swasta	S1	5	> Rp 10.000.000	Kale	> 3 kali
12.	Gilang	L	41 - 50	BUMN	S1	4	> Rp 10.000.000	Horenzo	> 3 kali
13.	Leon	L	21 - 30	Swasta	S1	2	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	Kale	3 kali
14.	Angela	P	41 - 50	Swasta	S2	5	> Rp 10.000.000	Kangkung	> 3 kali
15.	Bella	P	41 - 50	Wiraswasta	Diploma	4	> Rp 10.000.000	Horenzo	> 3 kali

Lampiran 2. Lanjutan

No.	Nama	Jenis Kelamin	Usia (Tahun)	Pekerjaan	Pendidikan Terakhir	Jumlah Anggota Keluarga	Pendapatan	Jenis Sayur yang dibeli	Frekuensi Pembelian
16.	Chika	P	31 - 40	Swasta	S1	5	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	Pakcoy	3 kali
17.	Chesa	P	31 - 40	Swasta	S1	4	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	Kailan	3 kali
18.	Aulia	P	31 - 40	Swasta	S1	5	> Rp 10.000.000	Horenzo	3 kali
19.	Tika	P	31 - 40	Swasta	S1	5	> Rp 10.000.000	Horenzo	3 kali
20.	Carla	P	21 - 30	PNS	S1	3	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	Bayam hijau	2 kali
21.	Bilqis	P	21 - 30	Swasta	S1	2	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	Siomak	2 kali
22.	Jefrian	L	41 - 50	Swasta	S2	5	> Rp 10.000.000	Caisim	> 3 kali
23.	Beni	L	41 - 50	PNS	S1	4	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	Kangkung	3 kali
24.	Robby	L	31 - 40	BUMN	S1	5	> Rp 10.000.000	Bayam	3 kali
25.	Nurtiasih	P	41 - 50	PNS	S1	6	> Rp 10.000.000	Kale	> 3 kali
26.	Victory	P	41 - 50	Swasta	S2	6	> Rp 10.000.000	Horenzo	> 3 kali
27.	Edwin	L	41 - 50	Swasta	S1	4	> Rp 10.000.000	Kangkung	3 kali
28.	Audi	P	41 - 50	Wiraswasta	Diploma	3	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	Kangkung	3 kali
29.	Agung	L	31 - 40	Swasta	S1	4	> Rp 10.000.000	Horenzo	3 kali
30.	Tiffany	P	41 - 50	Swasta	S2	3	> Rp 10.000.000	Kale	> 3 kali

Lampiran 2. Lanjutan

No.	Nama	Jenis Kelamin	Usia (Tahun)	Pekerjaan	Pendidikan Terakhir	Jumlah Anggota Keluarga	Pendapatan	Jenis Sayur yang dibeli	Frekuensi Pembelian
31.	Jessica	P	31 - 40	Dokter	S2	5	> Rp 10.000.000	Horenzo	> 3 kali
32.	Tio	L	21 - 30	BUMN	S1	2	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	Kangkung	3 kali
33.	Shasa	P	31 - 40	Swasta	S1	4	> Rp 10.000.000	Bayam hijau	> 3 kali
34.	Diana	P	41 - 50	Wiraswasta	Diploma	5	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	Kangkung	3 kali
35.	Julio	L	> 50	BUMN	S2	6	> Rp 10.000.000	Kale	> 3 kali
36.	Ghisca	P	41 - 50	PNS	S1	5	> Rp 10.000.000	Kangkung	3 kali
37.	Carissa	P	21 - 30	Swasta	S1	2	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	Caisim	2 kali
38.	Sisi	P	41 - 50	PNS	S1	6	> Rp 10.000.000	Bayam hijau	3 kali
39.	Chriss	L	> 50	Swasta	S2	5	> Rp 10.000.000	Horenzo	> 3 kali
40.	Grandson	L	21 - 30	BUMN	S1	3	> Rp 10.000.000	Kangkung	> 3 kali
41.	Shania	P	21 - 30	Swasta	S1	4	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	Kale	2 kali
42.	Rika	P	31 - 40	Swasta	S1	4	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	Caisim	3 kali
43.	Nurul	P	41 - 50	Swasta	S1	6	> Rp 10.000.000	Pakcoy	> 3 kali
44.	Indri	P	31 - 40	Swasta	S1	4	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	Kangkung	3 kali
45.	Hasna	P	41 - 50	Swasta	S1	6	> Rp 10.000.000	Horenzo	> 3 kali

Lampiran 2. Lanjutan

No.	Nama	Jenis Kelamin	Usia (Tahun)	Pekerjaan	Pendidikan Terakhir	Jumlah Anggota Keluarga	Pendapatan	Jenis Sayur yang dibeli	Frekuensi Pembelian
46.	Sisca	P	31 - 40	Swasta	S2	6	> Rp 10.000.000	Pkacoy	3 kali
47.	Fiona	P	31 - 40	Wiraswasta	SMA	4	Rp 3.000.001 - Rp 5.000.000	Siomak	3 kali
48.	Monica	P	31 - 40	Wiraswasta	S1	4	Rp 3.000.001 - Rp 5.000.000	Caisim	2 kali
49.	Elsa	P	18 - 20	Pelajar/Mahasiswa	SMA	3	< Rp3.000.000	Selada Romaine	1 kali
50.	Elonna	P	31 - 40	BUMN	S1	5	> Rp 10.000.000	Pakcoy	3 kali
51.	Leona	P	31 - 40	Swasta	S1	6	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	Siomak	> 3 kali
52.	Tya	P	41 - 50	Swasta	S1	3	> Rp 10.000.000	Kangkung	> 3 kali
53.	Naura	P	31 - 40	Swasta	S1	5	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	Kailan	> 3 kali
54.	Legimin	L	> 50	BUMN	S2	6	> Rp 10.000.000	Kale	3 kali
55.	Yunitasari	P	31 - 40	Wiraswasta	SMA	3	Rp 3.000.001 - Rp 5.000.000	Pakcoy	2 kali
56.	Viona	P	> 50	Swasta	S1	3	> Rp 10.000.000	Kangkung	> 3 kali
57.	Clarina	P	31 - 40	Swasta	S2	6	> Rp 10.000.000	Selada Keriting	> 3 kali
58.	Chiko	L	31 - 40	Swasta	S1	4	> Rp 10.000.000	Kangkung	3 kali
59.	Fia	P	> 50	Ibu Rumah Tangga	Diploma	3	Rp 3.000.001 - Rp 5.000.000	Bayam hijau	2 kali
60.	Indah	P	41 - 50	BUMN	S1	5	> Rp 10.000.000	Kangkung	3 kali

Lampiran 2. Lanjutan

No.	Nama	Jenis Kelamin	Usia (Tahun)	Pekerjaan	Pendidikan Terakhir	Jumlah Anggota Keluarga	Pendapatan	Jenis Sayur yang dibeli	Frekuensi Pembelian
61.	Putra	L	21 - 30	PNS	S1	1	Rp 3.000.001 - Rp 5.000.000	Bayam hijau	1 kali
62.	Clara	P	21 - 30	PNS	S1	4	Rp 3.000.001 - Rp 5.000.000	Bayam hijau	2 kali
63.	Citra	P	21 - 30	Wiraswasta	Diploma	2	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	Bayam merah	2 kali
64.	Novi	P	> 50	Wiraswasta	Diploma	4	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	Caisim	3 kali
65.	Gilang	L	31 - 40	BUMN	S1	3	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	Bayam merah	2 kali
66.	Monica	P	> 50	BUMN	S1	5	> Rp 10.000.000	Kale	3 kali
67.	Tiffany	P	41 - 50	Wiraswasta	SMA	4	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	Kangkung	2 kali
68.	Margareta	P	> 50	Swasta	S1	6	> Rp 10.000.000	Horenzo	3 kali
69.	Isabella	P	31 - 40	PNS	S1	4	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	Kangkung	3 kali
70.	Rosalinda	P	31 - 40	Swasta	S1	3	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	Bayam hijau	2 kali
71.	Zara	P	21 - 30	PNS	S1	3	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	caisim	3 kali
72.	Christine	P	31 - 40	PNS	S1	4	> Rp 10.000.000	Horenzo	3 kali

Lampiran 2. Lanjutan

No.	Nama	Jenis Kelamin	Usia (Tahun)	Pekerjaan	Pendidikan Terakhir	Jumlah Anggota Keluarga	Pendapatan	Jenis Sayur yang dibeli	Frekuensi Pembelian
73.	Irawati	P	21 - 30	BUMN	S1	4	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	Kangkung	3 kali
74.	Aldo	L	41 - 50	Swasta	S1	4	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	Bayam hijau	3 kali
75.	Nurul	P	21 - 30	PNS	Diploma	3	Rp 3.000.001 - Rp 5.000.000	Bayam hijau	1 kali
76.	Eca	P	21 - 30	PNS	S1	4	Rp 3.000.001 - Rp 5.000.000	Caisim	2 kali
77.	Gischa	P	21 - 30	PNS	S1	4	Rp 3.000.001 - Rp 5.000.000	Bayam merah	1 kali
78.	Atikah	P	31 - 40	Swasta	Diploma	5	Rp 3.000.001 - Rp 5.000.000	Siomak	2 kali
79.	Olla	P	31 - 40	Swasta	S1	3	Rp 3.000.001 - Rp 5.000.000	Caisim	2 kali
80.	Luna	P	21 - 30	Swasta	S1	6	> Rp 10.000.000	Kale	3 kali
81.	Nissa	P	31 - 40	PNS	S1	5	> Rp 10.000.000	Kangkung	3 kali
82.	Dhea	P	21 - 30	PNS	S1	2	Rp 3.000.001 - Rp 5.000.000	Kangkunh	2 kali
83.	Ocha	P	31 - 40	PNS	Diploma	3	Rp 3.000.001 - Rp 5.000.000	Pakcoy	2 kali
84.	Fay	P	31 - 40	PNS	S1	4	Rp 3.000.001 - Rp 5.000.000	Pakcoy	2 kali

Lampiran 2. Lanjutan

No.	Nama	Jenis Kelamin	Usia (Tahun)	Pekerjaan	Pendidikan Terakhir	Jumlah Anggota Keluarga	Pendapatan	Jenis Sayur yang dibeli	Frekuensi Pembelian
85.	Viola	P	21 - 30	PNS	Diploma	3	Rp 3.000.001 - Rp 5.000.000	Pakcoy	1 kali
86.	Nanda	P	21 - 30	BUMN	S1	5	> Rp 10.000.000	Kailan	2 kali
87.	Cinta	P	21 - 30	PNS	Diploma	4	Rp 3.000.001 - Rp 5.000.000	Bayam hijau	2 kali
88.	Laila	P	21 - 30	PNS	S1	3	Rp 3.000.001 - Rp 5.000.000	Kangkung	2 kali
89.	Eli	P	31 - 40	BUMN	S1	3	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	Kangkung	3 kali
90.	Ananda	P	31 - 40	BUMN	S1	4	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	Bayam merah	3 kali
91.	Puspita	P	> 50	Dosen	S3	4	> Rp 10.000.000	Horenzo	3 kali
92.	Siti	P	> 50	Swasta	S1	6	> Rp 10.000.000	Pakcoy	> 3 kali
93.	Chrisillia	P	> 50	Swasta	S1	5	> Rp 10.000.000	Kangkung	> 3 kali
94.	Dewi	P	31 - 40	Swasta	S1	6	> Rp 10.000.000	Siomak	3 kali
95.	Saffanah	P	21 - 30	BUMN	S1	5	Rp 3.000.001 - Rp 5.000.000	Kangkung	3 kali
96.	Latipah	P	41 - 50	Ibu Rumah Tangga	Diploma	4	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	kangkung	> 3 kali

Lampiran 2. Lanjutan

No.	Nama	Jenis Kelamin	Usia (Tahun)	Pekerjaan	Pendidikan Terakhir	Jumlah Anggota Keluarga	Pendapatan	Jenis Sayur yang dibeli	Frekuensi Pembelian
97.	Nabilah	P	21 - 30	Pelajar/Mahasiswa	SMA	4	< Rp3.000.000	kangkung	2 kali
98.	Grace Tan	P	21 - 30	Wiraswasta	S1	4	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	Horenzo	3 kali
99.	Lily	P	21 - 30	Swasta	Diploma	5	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	Bayam merah	3 kali
100.	Yeoh Xian	P	21 - 30	Swasta	S1	4	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	Caisim	3 kali

Lampiran 4. (lanjutan)

N	Kesadaran Merek						Citra Merek						
	<i>(Brand Awareness)</i>						<i>(Brand Image)</i>						
O	X1.	X1.	X1.	X1.	X1.	X1.	X2.	X2.	X2.	X2.	X2.	X2.	X2.
	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6	7
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
26	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
27	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5
28	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
29	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5
30	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4
31	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
35	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4
36	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4
37	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5
38	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
39	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	2	4	4
40	5	4	5	5	4	5	4	4	3	4	4	4	4
41	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4
42	5	5	5	2	4	4	4	5	3	5	5	5	5
43	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4
44	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5
45	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
48	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5
49	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	3	4	4
50	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5

Lampiran 4. (lanjutan)

N	Kesadaran Merek						Citra Merek						
	<i>(Brand Awareness)</i>						<i>(Brand Image)</i>						
O	X1.	X1.	X1.	X1.	X1.	X1.	X2.	X2.	X2.	X2.	X2.	X2.	X2.
	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6	7
51	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
52	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4
53	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5
54	3	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
55	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5
56	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4
57	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
58	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
61	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
62	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4
63	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5
64	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5
65	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	2	5	5
66	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5
67	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5
68	3	5	5	4	3	4	3	4	4	5	5	5	5
69	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
70	4	4	5	4	4	4	5	5	3	4	3	4	4
71	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4
72	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
74	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4
75	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
76	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5

Lampiran 4. (lanjutan)

N	Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>)						Citra Merek (<i>Brand Image</i>)						
	O	X1.	X1.	X1.	X1.	X1.	X2.	X2.	X2.	X2.	X2.	X2.	X2.
	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6	7
77	2	4	4	4	5	4	4	4	3	5	5	5	5
78	4	5	5	3	5	3	3	4	4	4	4	4	4
79	3	3	3	3	3	4	4	4	5	5	4	5	5
80	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
81	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	2	4	5
82	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
83	4	4	4	3	3	5	5	5	4	4	2	4	4
84	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4
85	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
86	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
87	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
88	5	5	5	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4
89	4	4	5	3	4	4	3	4	4	4	4	5	5
90	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4
91	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
92	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5
93	4	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	5	5
94	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4
95	3	4	4	4	2	3	4	5	3	4	4	4	5
96	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4
97	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4
98	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4
99	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4
10													
0	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4

Lampiran 4. (lanjutan)

N	Kualitas Produj						Keputusan Pembelian				
	X3.	X3.	X3.	X3.	X3.	X3.	Y1.	Y1.	Y1.	Y1.	Y1.
O	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5
1	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5
2	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5
3	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5
4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
6	4	5	4	3	4	4	5	4	5	5	5
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
8	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
9	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5
10	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
11	4	3	5	3	4	3	5	5	5	5	5
12	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
14	5	4	5	3	4	4	5	5	5	5	5
15	5	4	5	3	5	5	5	5	5	4	4
16	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
17	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5
18	5	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
20	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4
21	4	4	5	3	4	4	4	4	5	5	5
22	4	4	5	3	4	4	5	4	4	4	5
23	5	5	4	2	5	5	5	5	4	4	5
24	3	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5
25	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5

Lampiran 4. (lanjutan)

N	Kualitas Produksi						Keputusan Pembelian				
	X3. 1	X3. 2	X3. 3	X3. 4	X3. 5	X3. 6	Y1. 1	Y1. 2	Y1. 3	Y1. 4	Y1. 5
51	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
52	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5
53	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
54	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5
55	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5
56	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5
57	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5
58	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	5
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
60	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
61	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
62	5	5	5	5	3	3	4	4	4	4	4
63	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5
64	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5
65	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4
66	5	3	4	4	4	5	4	4	5	5	5
67	4	3	5	5	4	4	5	5	4	4	3
68	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5
69	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5
70	5	4	3	4	4	4	5	4	4	4	3
71	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5
72	4	3	4	5	5	5	5	4	4	4	5
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
74	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4
75	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4

Lampiran 4. (lanjutan)

N	Kualitas Produk						Keputusan Pembelian				
	X3. 1	X3. 2	X3. 3	X3. 4	X3. 5	X3. 6	Y1. 1	Y1. 2	Y1. 3	Y1. 4	Y1. 5
76	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
77	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4
78	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
79	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5
80	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4
81	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
82	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4
83	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
84	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
85	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
86	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
87	3	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4
88	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4
89	4	5	5	5	3	4	3	4	4	4	5
90	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5
91	4	4	5	4	3	3	4	4	5	5	5
92	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5
93	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4
94	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5
95	3	3	4	3	4	4	4	5	5	4	4
96	4	5	4	4	3	3	4	4	5	3	3
97	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3
98	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3
99	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3
10											
0	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3

Lampiran 4. Hasil Analisis SEM PLS

Nilai *outer loading*

Outer loadings - Matrix				
	Kesadaran	Citra	Kualitas Produk	Keputusan Pembel... ▲
x1.2	0.910			
x1.3	0.900			
x1.1	0.843			
x1.4	0.790			
x1.6	0.779			
x1.5	0.751			
x2.1		0.788		
x2.2		0.799		
x2.5		0.834		
x2.3		0.842		
x2.6		0.873		
x2.7		0.882		
x2.4		0.923		
x3.2			0.807	
x3.1			0.829	
x3.6			0.848	
x3.3			0.899	
x3.4			0.920	
x3.5			0.920	
y3				0.741
y2				0.794
y4				0.890
y1				0.891
y5				0.917

Nilai *Cronbach, composite, dan AVE*

Construct reliability and validity - Overview				
	Cronbach's al... ▼	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
Kualitas Produk	0.937	0.969	0.950	0.760
Citra	0.936	0.962	0.948	0.722
Kesadaran	0.911	0.952	0.930	0.891
Keputusan Pembelian	0.904	0.931	0.928	0.721

Nilai *Q Square*

LV prediction summary - PLS-SEM				
	Q ² predict	RMSE	MAE	
y	0.284	0.862	0.680	

Nilai *cross loadings*

Discriminant validity - Cross loadings				
	Kesadaran	Citra	Kualitas Produk	Keputusan Pembelian
x1.1	0.843	0.544	0.158	0.111
x1.2	0.910	0.651	0.330	0.268
x1.3	0.900	0.683	0.424	0.292
x1.4	0.790	0.734	0.409	0.193
x1.5	0.751	0.694	0.199	0.231
x1.6	0.779	0.559	0.209	0.117
x2.1	0.671	0.788	0.213	0.174
x2.2	0.618	0.799	0.204	0.272
x2.3	0.598	0.842	0.407	0.266
x2.4	0.735	0.923	0.448	0.364
x2.5	0.709	0.834	0.397	0.228
x2.6	0.659	0.873	0.270	0.378
x2.7	0.728	0.882	0.346	0.261
x3.1	0.372	0.377	0.829	0.247
x3.2	0.317	0.305	0.807	0.301
x3.3	0.281	0.335	0.899	0.477
x3.4	0.312	0.434	0.920	0.277
x3.5	0.389	0.341	0.920	0.352
x3.6	0.331	0.299	0.848	0.326
y1	0.215	0.339	0.381	0.891
y2	0.134	0.187	0.158	0.794
y3	0.262	0.279	0.319	0.741
y4	0.196	0.240	0.332	0.890
y5	0.291	0.350	0.403	0.917

Nilai *R-Square*

R-square - Overview		
	R-square	R-square adjusted
y	0.356	0.336

Nilai *model fit* atau *goodness of fit*

Model fit		
	Saturated model	Estimated model
SRMR	0.101	0.101
d_ULS	3.035	3.035
d_G	1.032	1.032
Chi-square	520.012	520.012
NFI	0.540	0.540

Nilai Uji Hipotesis

Path coefficients - Mean, STDEV, T values, p values					
	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O /STDEV)	P values
x1. -> y	0.269	0.279	0.088	3.053	0.002
x2. -> y	0.290	0.303	0.087	3.337	0.001
x3. -> y	0.179	0.185	0.087	2.069	0.039

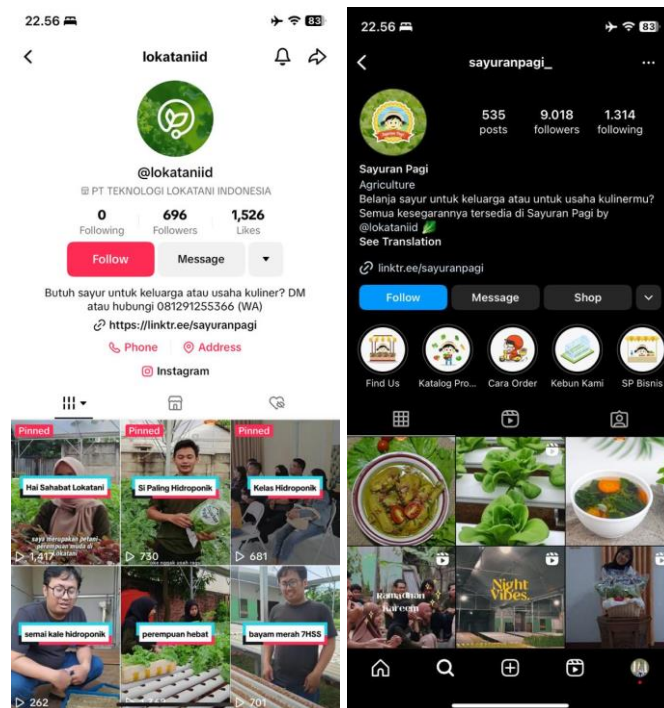
Lampiran 5. Harga Sayur Produksi PT Kebun Sayuran Pagi di Market City

No.	Jenis Sayur	Harga Sayur --- Rp/250 gr ---
1.	Bayam hijau	14.500
2.	Bayam merah	14.500
3.	Caisim	14.500
4.	Horenzo	19.950
5.	Kale	19.900
6.	Kangkung	14.500
7.	Pakcoy	14.500
8.	Selada kriting	17.700
9.	Selada romain	17.700
10.	Siomak	17.500

Lampiran 6. Data Penjualan Januari – Maret 2024

Nama Supermarket	Cabang	Januari	Terjual	
			Februari	Maret
---- kg ----				
All Fresh	Bogor	17,5	59,75	52
	Alam Sutra	67,25	48,5	46,75
	Gatot Subroto	33	47,25	51,5
	Panglima Polim	44,25	46,75	49,5
	PIK	99	130,25	144,75
	Pulomas	81,25	81,75	119,5
	Puri Kembangan	38,25	37,5	44,5
	TB Simatupang	39	30	36,25
Halal Fresh	Bantarjati	14,75	15,75	15,25
	Bogor	25	26,25	22,25
	Cinere	51	59,5	55,5
	Depok	59,25	68,25	75
Hypermart	JACC Thamrin	9,5	18,75	24,25
Market City	BSD	236,5	213,25	240,75
	Cibubur	471	503,25	500,5
	Muara Karang	271,75	337,75	353,75
	PIK	485,25	371,5	620,75
	Sunter	156	295,75	254,5
Total		2199,5	2391,75	2707,25

Lampiran 7. Media Promosi PT Kebun Sayuran Pagi



Lampiran 8. Tampilan Kuesioner

(45) WhatsApp

PENGARUH KESADARAN, CITRA...

docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSewkpbwG2Tjn7sYU2kIdaN2v_q3ANtORpFGVBVpUoMsoIXg/viewform

Gmail YouTube Terjemahkan View of DAYASAING... PERILAKU-KONSUM... risiko teori risiko Keari 1982 BUKU-SDM PERTAN... agrovet5d039f948f...

PENGARUH KESADARAN, CITRA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SAYUR PRODUKSI PT KEBUN SAYURAN PAGI DI JAKARTA

Halo, Perkenalkan saya Fatma Chairunnisa dari Prodi Agribisnis Universitas Diponegoro 2020.

Saya sangat berterima kasih dan menghargai partisipasi serta kerjasama anda untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner ini.

Semua jawaban Anda dalam mengisi kuesioner ini akan dirahasiakan dan hanya digunakan bersama-sama dengan responden lain untuk dianalisis demi kepentingan penelitian.

Lampiran 9. Dokumentasi



1. Pengisian kuesioner



2. Pengisian Kuesioner



3. Outlet Market City Muara Karang



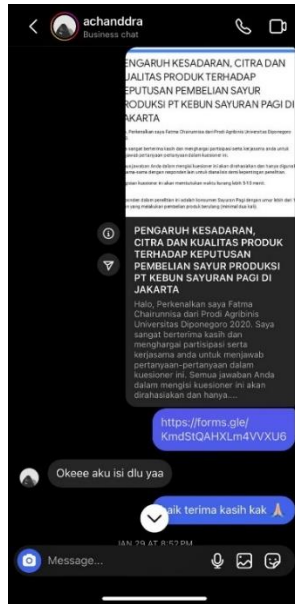
4. Display Sayuran Pagi di Market City Muara Karang



5. Outlet Market City PIK



6. Display Sayuran Pagi di Market City Muara Karang



7. Penyebaran link kuesioner melalui dm Instagram



8. Penyebaran link kuesioner melalui WA



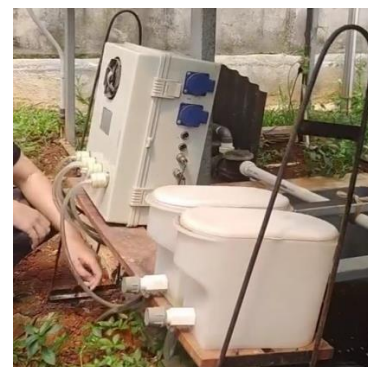
9. Foto Bersama CEO Sayuran Pagi Setelah Wawancara



10. Kemasan Sayuran Pagi



11. Green house PT Kebun Sayuran Pagi



12. IoT

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Fatma Chairunnisa, lahir di Kota Bekasi, Jawa Barat pada tanggal 13 Maret 2022. Penulis merupakan putri pertama dari dua bersaudara pasangan Bapak Tatan Rustandi, S.H. dan Ibu Siti Nurhayati. Penulis bertempat tinggal di Kota Jakarta Timur.

Penulis menempuh pendidikan sekolah dasar di SDN Pondok Kelapa 06 Pagi Kota Jakarta Timur dan tamat tahun 2015, sekolah menengah pertama di SMPN 194 Jakarta Kota Jakarta Timur dan tamat pada tahun 2017, serta menempuh pendidikan sekolah menengah atas di SMAN 59 Jakarta Kota Jakarta Timur yang diselesaikan pada tahun 2020 di bidang Mata pelajaran Ilmu Alam. Tahun 2020 pula penulis melanjutkan pendidikan di Universitas Diponegoro Semarang pada Program Studi S-1 Agribisnis Departemen Pertanian, Fakultas Peternakan dan Pertanian melalui jalur mandiri. Aktivitas penulis selama menjadi mahasiswa, yaitu aktif dalam mengikuti kegiatan panitia LKMM-PD Pertanian tahun 2021 dan panitia ODM FPP 2022. Penulis melakukan kegiatan magang di PT Agro Lestari Merbabu dan Hidroponik Ciracas. Penulis berhasil mempertahankan Laporan Praktik Kerja Lapangan yang berjudul “Penerapan Bauran Pemasaran Sayur Hidroponik Nusantara di Kota Jakarta Timur” yang telah disidangkan pada tanggal 18 Oktober 2023.