

**PENGARUH INOVASI PRODUK, KEPERCAYAAN MEREK DAN
HARGA TERHADAP MINAT BELI SABUN LIFEBOUY
(Survei Pada Masyarakat Kabupaten Kuningan)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagai dari Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen

Disusun:

Fanny Sri Rahayu

20210510147



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KUNINGAN**

2025

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH INOVASI PRODUK, KEPERCAYAAN MEREK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI SABUN LIFEBOUY

(Survei Pada Masyarakat Kabupaten Kuningan)

Oleh :

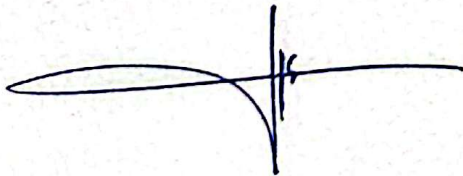
FANNY SRI RAHAYU

20210510147

Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 21 Juni 2025 dihadapan Dewan Penguji. Skripsi ini disahkan sebagai bagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.

Susunan Dewan Penguji :

Penguji I,



Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si
NIK. 41038971054

Penguji II,



Dr. Rina Masuroh, S.E., M.E.Sy
NIK. 41038091296

Penguji III,



Faishal Rahimi, S.E., M.M
NIK. 410110920236

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH INOVASI PRODUK, KEPERCAYAAN MEREK DAN
HARGA TERHADAP MINAT BELI SABUN LIFEBOUY**

(Survei Pada Masyarakat Kabupaten Kuningan)

DISETUJUI OLEH PEMBIMBING :

Kuningan, Juni 2025

Pembimbing I,



Dr. Dadang Suhardi, S.E., M.M
NIK. 41038111400

Pembimbing II,



Faishal Rahimi, SE., M.M
NIK. 410110920236

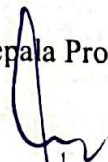
Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si
NIK. 41038971054

Kepala Program Studi Manajemen



Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E.Sy
NIK. 41038091296

MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan
Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”
(Q.S. Al-Baqarah : 286)

“Barang siapa yang menempuh jalan untuk mencari ilmu, Allah
akan mudahkan baginya jalan menuju surga.”
(HR. Bukhari dan Muslim)

PERSEMBAHAN

“Alhamdulillahilalamin, tiada lembar yang paling indah dalam laporan skripsi ini kecuali lembar persembahan. Dengan mengucapkan syukur dan Rahmat Allah SWT skripsi ini saya persembahkan sebagai tanda bukti rasa sayang dan cinta kepada orangtua serta kakak – kakak saya, teman yang selalu memberi support untuk menyelesaikan skripsi ini.”

PERNYATAAN OTENTISITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul "Pengaruh Inovasi Produk, Kepercayaan Merek dan Harga Terhadap Minat Beli sabun Lifebuoy (Survei Pada Masyarakat Kabupaten Kuningan) ini beserta seluruh isinya benar – benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara – cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya sanggup menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya.

Kuningan, Juni 2025
Yang membuat pernyataan



Fanny Sri Rahayu
20210510147

ABSTRAK

FANNY SRI RAHAYU. (20210510147). “Pengaruh Inovasi Produk, Kepercayaan Merek dan Harga Terhadap Minat Beli (Survei Pada Masyarakat Kabupaten Kuningan)”. Skripsi, Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan, Pembimbing (I) Dr. Dadang Suhardi, S.E.,M.M, Pembimbing (II) Faishal Rahimi, SE.,M.M.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh inovasi produk, kepercayaan merek dan harga secara simultan maupun parsial terhadap minat beli sabun lifebuoy pada masyarakat Kabupaten Kuningan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kabupaten Kuningan yang tidak diketahui jumlahnya. Sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 150 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan angket atau kuesioner dengan menggunakan skala interval 1 – 10 dengan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Inovasi Produk, Kepercayaan Merek dan Harga secara bersama sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli. (2) Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli. (3) Kepercayaan Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli. (4) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli.

Kata Kunci: Inovasi Produk, Kepercayaan Merek, Harga, Minat Beli

ABSTRACT

FANNY SRI RAHAYU. (20210510147). *"The Influence of Product Innovation, Brand Trust and Price on Buying Interest (Survey on the People of Kuningan Regency)"*. Thesis, Management, Faculty of Economics and Business, University of Kuningan, Supervisor (I) Dr. Dadang Suhardi, S.E., M.M, Supervisor (II) Faishal Rahimi, SE., M.M.

The purpose of this study is to determine the influence of product innovation, brand trust and price simultaneously or partially on the interest in buying lifebuoy soap in the people of Kuningan Regency. The research method used is a survey method with a quantitative approach. The population in this study is an unknown number of people in Kuningan Regency. The sample taken in this study was 150 respondents using the purposive sampling technique. The data collection method uses a questionnaire using an interval scale of 1 – 10 with the data analysis technique used in this study is multiple linear regression analysis. The results of the study show that: (1) Product Innovation, Brand Trust and Price together (silutan) have a significant effect on Buying Interest. (2) Product Innovation has a positive and significant effect on Buying Interest. (3) Brand Trust has a positive and significant effect on Buying Interest. (4) Price has a positive and significant effect on Buying Interest.

Keywords: Product Innovation, Brand Trust, Price, Buying Interest

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur bagi Allah SWT, Tuhan yang menguasai segala kekuasaan dan pemilik segala ilmu. Dengan sifat Maha Pengasih dan Penyayang-Nya memberikan kekuasaan, ilmu kepada siapa yang dikehendaki-Nya. Atas Kehendak-Nya jugalah Alhamdulillahirabbil'alamin penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Inovasi Produk, Kepercayaan Merek dan Harga terhadap Minat Beli Sabun Lifebuoy (Survei Pada Masyarakat Kabupaten Kuningan)”** disusun guna memenuhi syarat dalam Skripsi pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Kuningan (UNIKU)

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis telah banyak mendapat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih dan penghargaan yang setinggi tingginya, kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebut satu persatu sehingga skripsi ini bisa selesai tepat waktu.

Akhirnya atas segala kekurangannya, penulis mohon maaf yang sebesar – besarnya dan berharap skripsi ini bermanfaat khususnya bagi penulis dan umumnya bagi semua pihak yang berkepentingan. Amiin.

Kuningan, Juni 2025

Fanny Sri Rahayu

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah rabbil'alamin, puji serta syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas limpahan rahmat dan karunianya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Dalam penyusunan skripsi, penulis banyak menghadapi kesulitan dan hambatan, namun berkat bantuan, arahan dan bimbingan serta saran-saran dari berbagai pihak, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Kedua orangtua saya yang saya cintai, Bapak Pendi Sudarna dan Ibu Aam Amalia serta kakak – kakak yang saya sayangi. Terima kasih untuk setiap do'a yang tidak pernah henti kalian panjatkan, serta dukungan dan motivasi yang tidak pernah henti kalian berikan.
2. Dr. Dadang Suhardi, S.E., M.M selaku dosen pembimbing I, wakil dekan II yang telah meluangkan banyak waktunya dalam memberikan bimbingan, saran dan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan.
3. Faishal Rahimi, S.E., M.M selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan banyak waktunya dalam memberikan bimbingan, saran dan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan.
4. Iqbal Arraniri S.E.I., M.M selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E.Sy selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
6. Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
7. Prof. Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Kuningan.
8. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
9. Kepada Wildan Permana Zaenal Asikin terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan penulis dalam menyusun skripsi ini. Terimakasih telah menjadi pendengar yang baik, menerima keluhan, serta terus

meyakinkan penulis untuk tetap semangat dan tidak menyerah hingga akhirnya skripsi ini terselesaikan.

10. Dan yang terakhir terima kasih kepada diri saya sendiri Fanny Sri Rahayu yang sudah bertahan sejauh ini, tidak menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dan telah menyelesaikannya sebaik dan semaksimal mungkin.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERSETUJUAN

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

PERNYATAAN OTENTISITAS

ABSTRAK.....i

ABSTRACT.....ii

KATA PENGANTAR.....iii

UCAPAN TERIMA KASIHiv

DAFTAR ISIvi

DAFTAR TABEL.....ix

DAFTAR GAMBAR.....x

DAFTAR LAMPIRANxi

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang..... 1

1.2 Rumusan Masalah..... 5

1.3 Tujuan Penelitian 5

1.4 Manfaat Penelitian 5

1.4.1 Manfaat Teoritis..... 5

1.4.2 Manfaat Praktis..... 6

BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERFIKIR DAN HIPOTESIS . 7

2.1 Landasan Teori 7

2.1.1 Manajemen Pemasaran 7

2.1.2 Minat Beli..... 8

2.1.3 Inovasi Produk..... 12

2.1.4 Kepercayaan Merek 16

2.1.5 Harga..... 20

2.1.6 Hubungan Antar Variabel..... 24

2.1.7 Penelitian Terdahulu 25

2.2 Kerangka Berfikir 27

2.3	Hipotesis.....	29
BAB III METODE PENELITIAN		30
3.1.	Metode Penelitian	30
3.2.	Operasional Variabel.....	30
3.3.	Populasi dan Sampel	32
3.3.1	Populasi.....	32
3.3.2	Sampel.....	32
3.4.	Jenis dan Sumber Data.....	33
3.4.1	Jenis Data	33
3.4.2	Sumber Data.....	33
3.5.	Teknik Pengumpulan Data	33
3.5.1	Kuesioner (Angket)	34
3.6.	Uji Instrumen.....	34
3.6.1	Uji Validitas	34
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	37
3.7.	Teknik Analisis Data	39
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	39
3.7.2	Uji Asumsi Klasik.....	40
3.7.3	Analisis Regresi Linier Berganda.....	41
3.7.4	Koefisien Determinasi (R²).....	42
3.7.5	Uji Hipotesis.....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		44
4.1	Hasil Penelitian.....	44
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	44
4.1.2	Gambaran Karakteristik Responden	44
4.1.3	Teknik Analisis Data.....	48
4.1.4	Analisis Regresi Linier Berganda.....	60
4.1.5	Koefisien determinasi (R²).....	61
4.1.6	Uji Hipotesis.....	62
4.2	Pembahasan.....	64
4.2.1	Pengaruh Inovasi Produk, Kepercayaan Merek dan Harga terhadap Minat Beli.....	64

4.2.2 Pengaruh Inovasi Produk terhadap Minat Beli	64
4.2.3 Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Minat Beli.....	66
4.2.4 Pengaruh Harga terhadap Minat Beli.....	67
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	69
5.1 Kesimpulan.....	69
5.2 Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN – LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP PENULIS	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index Sabun Mandi.....	2
Tabel 1.2 Data Penjualan Sabun Lifebuoy	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	31
Tabel 3.2 Skala Interval.....	34
Tabel 3.3 Uji Validitas Variabel Minat Beli (Y)	35
Tabel 3.4 Uji Validitas Variabel Inovasi Produk (X1)	36
Tabel 3.5 Uji Validitas Variabel Kepercayaan Merek (X2).....	36
Tabel 3.6 Uji Validitas Variabel Harga (X3).....	37
Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Variabel Y	38
Tabel 4.1 Responden Menurut Usia.....	45
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	45
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Menurut Pendidikan Terakhir.....	46
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan.....	47
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Menurut Penghasilan Perbulan	47
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Minat Beli (Y)	48
Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Inovasi Produk (X1)	51
Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Kepercayaan Merek (X2).....	53
Tabel 4.9 Analisis Deskriptif Harga (X3).....	55
Tabel 4.10 Uji Normalitas	58
Tabel 4.11 Uji Multikolinieritas.....	59
Tabel 4.12 Analisis Regresi Linier Berganda	60
Tabel 4.13 Koefisien Determinasi (R ²)	61
Tabel 4. 14 Uji F (Simultan).....	62
Tabel 4. 15 Uji T (Parsial)	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	28
Gambar 4.1 Posisi Variabel Minat Beli.....	50
Gambar 4.2 Posisi Variabel Inovasi Produk.....	53
Gambar 4.3 Posisi Variabel Kepercayaan Merek	55
Gambar 4.4 Posisi Variabel Harga	57
Gambar 4.5 Uji Heteroskedastisitas.....	59

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I : Surat Pengantar Bimbingan Skripsi
Berita Acara Bimbingan Skripsi
- Lampiran II : Surat Pengantar Kuesioner
Kuesioner
- Lampiran III : Data Hasil Perhitungan Kuesioner
- Lampiran IV : Output Hasil Perhitungan SPSS versi 23
- Lampiran V : Tabel F (taraf signifikansi 0,05)
Tabel t (taraf signifikansi 0,05)
Tabel r (taraf signifikansi 0,05)
- Lampiran VI : Daftar Riwayat Hidup