

**PENGARUH INOVASI PRODUK, *BRAND IMAGE* DAN
DISKON TERHADAP MINAT BELI SABUN CUCI PIRING
SUNLIGHT DI KAB. KUNINGAN**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Program Studi Manajemen

Disusun oleh :

Fitri Yani

20210510154



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

2025

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH INOVASI PRODUK, *BRAND IMAGE* DAN DISKON TERHADAP MINAT BELI SABUN CUCI PIRING SUNLIGHT DI KAB. KUNINGAN

Oleh :

FITRI YANI
20210510154

Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 19 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,



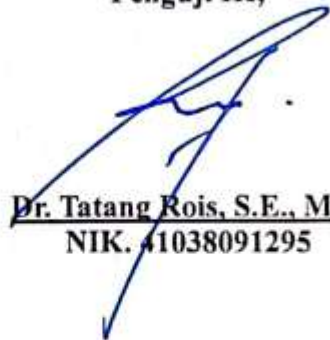
Dr. Iskandar, M.M
NIP.196205081987031003

Penguji II,



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

Penguji III,



Dr. Tatang Rois, S.E., M.Si
NIK. 41038091295

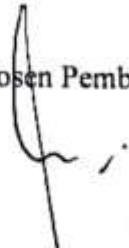
LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH INOVASI PRODUK, *BRAND IMAGE* DAN DISKON TERHADAP MINAT BELI SABUN CUCI PIRING SUNLIGHT DI KAB. KUNINGAN

DISETUJUI OLEH :

Kuningan, 19 Juni 2025

Dosen Pembimbing I,

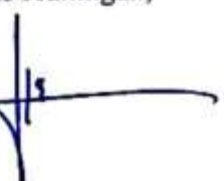

Dr. Rina Masruroh, S.E., ME.Sy
NIK. 41038091296

Dosen Pembimbing II,


Micki Watulandi, S.E., MM.
NIK. 410111830256

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Kuningan,



Dr. H. Lili Karmela F., S.E., M.Si
NIK. 410389715054

Kepala Program Studi Manajemen
Universitas Kuningan,


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

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fitri Yani

NIM : 20210510154

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Pengaruh Inovasi Produk, *Brand Image*, Dan Diskon Terhadap Minat Beli Sabun Cuci Piring Sunlight di Kabupaten Kuningan”** beserta seluruh isinya adalah benar – benar karya saya 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 siap menanggung risiko / sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Kuningan, Juni 2025



10000
METERAI
TEMPEL
20C24ANX096084756

(Fitri Yani)

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Allah tidak mengatakan hidup ini mudah, tetapi Allah berjanji bahwa sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan” (Q.S Al – Insyirah: 5-6)

“Barang siapa yang tidak merasakan pahitnya menuntut ilmu walau hanya sesaat, maka ia akan menelan hinanya kebodohan sepanjang hidupnya” (Imam Syafi’i)

“Setiap orang berhak untuk meraih mimpinya tanpa memandang status dari keluarga mana dia dilahirkan”

PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan pertolongan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Kepada kedua orang tua penulis, Ibu dan Bapak orang hebat yang selalu menjadi penyemangat juga sandaran terkuat dari kerasnya dunia. Skripsi ini penulis selesaikan sebagai bentuk penghargaan dan rasa terima kasih yang tulus kepada yang teristimewa Ibu serta Bapak. Tanpa doa, dukungan, dan pengorbanan mereka yang dengan penuh kasih senantiasa mendampingi penulis. Semoga karya ini menjadi persembahan kecil yang berarti bagi mereka.

Dan saya sendiri Fitri Yani, karena telah mampu berusaha dan berjuang sejauh ini. Telah mampu mengendalikan diri walaupun banyak godaan dari luar, tidak pernah memutuskan menyerah serta senantiasa menikmati setiap proses penyusunan skripsi ini.

Sahabat dan teman – teman yang telah menemani dalam suka maupun duka dan untuk almamaterku Universitas Kuningan.

Terima kasih atas segala waktu, usaha, dan dukungan yang telah diberikan.

ABSTRAK

FITRI YANI. 20210510154. 2025. “Pengaruh Inovasi Produk, *Brand Image*, Dan Diskon Terhadap Minat Beli Sabun Cuci Piring Sunlight di Kabupaten Kuningan” . Skripsi. Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Kuningan. Pembimbing I Dr. Rina Masruroh, S.E., ME.Sy Pembimbing II Micki Watulandi, S.E., MM.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Inovasi Produk, *Brand Image*, dan Diskon terhadap Minat Beli Sabun Cuci Piring Sunlight di Kab. Kuningan baik secara parsial maupun simultan. Metode penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode korelasional dengan pendekatan kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat di Kabupaten Kuningan dengan teknik pengambilan sampel yaitu *convenience sampling*. Jumlah keseluruhan sampel dalam penelitian ini adalah 150 responden. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan metode survei dengan menggunakan kuesioner melalui Google Form dan pengukurannya menggunakan skala likert. Data yang didapat diolah dengan metode analisis linear berganda dengan bantuan aplikasi SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel inovasi produk, *brand image* dan diskon secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli, variabel inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, variabel *brand image* tidak berpengaruh terhadap minat beli, dan variabel diskon berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

Kata Kunci : Inovasi Produk, *Brand Image*, Diskon, Minat Beli

ABSTRACT

FITRI YANI. 20210510154. 2025. "The Influence of Product Innovation, Brand Image, and Discounts on Purchase Intention of Sunlight Dishwashing Liquid in Kuningan Regency." Thesis. Management Study Program. Faculty of Economics and Business. Kuningan University. Advisor I: Dr. Rina Masruroh, S.E., ME.Sy. Advisor II: Micki Watulandi, S.E., M.M.

This study aimed to determine the effect of Product Innovation, Brand Image, and Discounts on the Purchase Intention of Sunlight Dishwashing Liquid in Kuningan Regency, both partially and simultaneously. The research method used in this study was a correlational method with a quantitative approach. The population in this study consisted of residents in Kuningan Regency, and the sampling technique used was convenience sampling. The total number of respondents in this study was 150. Data collection was carried out through a survey method using a questionnaire distributed via Google Form, and the measurement used a Likert scale. The data obtained were analyzed using multiple linear regression analysis with the help of SPSS version 26. The results of the study showed that the variables of product innovation, brand image, and discount simultaneously had a significant effect on purchase intention. The product innovation variable had a positive and significant effect on purchase intention, the brand image variable had no effect on purchase intention, and the discount variable had a positive and significant effect on purchase intention.

Keywords: *Product Innovation, Brand Image, Discount, Purchase Intention*

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan memanjatkan puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT. dengan segala rahmat, nikmat, rezeki dan karunia-Nya. Dan tak lupa sholawat beserta salam semoga tercurah limpah kepada baginda Rasulullah SAW yakni Nabi Muhammad SAW. beserta para sahabatnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **"PENGARUH INOVASI PRODUK, *BRAND IMAGE* DAN DISKON TERHADAP MINAT BELI SABUN CUCI PIRING SUNLIGHT DI KAB. KUNINGAN"**. Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini sampai selesai.

Maka dalam kesempatan ini pula penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Dr. Rina Masruroh, S.E., ME.Sy dan Bapak Micki Watulandi, S.E., MM. selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis selama proses penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak sangat penulis harapkan demi perbaikan dan kemajuan pendidikan di masa depan. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih.

Kuningan, Juni 2025

Penulis

FITRI YANI

20210510154

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERSETUJUAN

PERNYATAAN ORISINALITAS

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

ABSTRAK i

ABSTRACT ii

KATA PENGANTAR..... iii

DAFTAR ISI iv

DAFTAR TABEL viii

DAFTAR GAMBAR x

DAFTAR LAMPIRAN xi

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang Masalah..... 1

1.2 Rumusan Masalah 6

1.3 Tujuan Penelitian..... 6

1.4 Manfaat Penelitian 6

1.4.1 Manfaat Teoritis 6

1.4.2 Manfaat Praktis 7

BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERPIKIR, DAN HIPOTESIS8

2.1 Landasan Teori 8

2.1.1 Manajemen Pemasaran..... 8

2.1.2 Perilaku Konsumen 10

2.1.3 Minat Beli 10

2.1.4 Inovasi Produk 14

2.1.5	<i>Brand Image</i>	17
2.1.6	Diskon	21
2.2	Penelitian Terdahulu.....	24
2.3	Hubungan Antar Variabel	33
2.3.1	Pengaruh Inovasi Produk, <i>Brand Image</i> , dan Diskon terhadap Minat Beli	33
2.3.2	Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Minat Beli	34
2.3.3	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Minat Beli.....	35
2.3.4	Pengaruh Diskon Terhadap Minat Beli	36
2.4	Kerangka Berpikir	36
2.5	Hipotesis.....	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		39
3.1	Metode Penelitian.....	39
3.2	Operasional Variabel	39
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian	42
3.3.1	Populasi.....	42
3.3.2	Sampel.....	42
3.4	Jenis dan Sumber Data	43
3.4.1	Jenis Data	43
3.4.2	Sumber Data.....	43
3.5	Teknik Pengumpulan Data	44
3.6	Uji Instrumen	45
3.6.1	Uji Validitas.....	45
3.6.2	Uji Reliabilitas	49
3.7	Metode Analisis.....	50

3.7.1	Analisis Deskriptif	50
3.7.2	Uji Asumsi Klasik	52
3.7.2.1	Uji Normalitas	52
3.7.2.1	Uji Multikolinieritas	52
3.7.2.2	Uji Heterokedastisitas	53
3.7.3	Analisis Statistik dan Uji Hipotesis	53
3.7.3.1	Koefisien Determinasi	53
3.7.3.2	Uji Simultan (Uji F)	53
3.7.4	Uji Persamaan Regresi	54
3.7.4.1	Analisis Linear Berganda	54
3.7.4.2	Uji Parsial (Uji t)	54
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	56
4.1	Hasil Penelitian	56
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan	56
4.1.1.1	Visi dan misi perusahaan	57
4.1.2	Karakteristik Responden	58
4.1.2.1	Karakter Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
4.1.2.2	Karakter Responden Berdasarkan Usia	59
4.1.2.3	Karakter Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
4.1.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Daerah	61
4.1.3	Analisis Deskriptif	62
4.1.3.1	Analisis Deskriptif Inovasi Produk (X1)	62
4.1.3.2	Analisis Deskriptif <i>Brand Image</i> (X2)	65
4.1.3.3	Analisis Deskriptif Diskon (X3)	67
4.1.3.4	Analisis Deskriptif Minat Beli (Y)	69

4.1.4	Uji Asumsi Klasik	71
4.1.4.1	Uji Normalitas	71
4.1.4.2	Uji Multikolinearitas	72
4.1.4.3	Uji Heterokedastisitas	74
4.1.5	Analisis Statistik dan Uji Hipotesis	75
4.1.5.1	Uji Koefisiensi Determinasi	75
4.1.5.2	Uji F (Simultan)	76
4.1.6	Uji Persamaan Regresi	77
4.1.6.1	Analisis Regresi Linier Berganda	77
4.1.6.2	Uji t (Parsial)	78
4.2	Pembahasan	80
4.2.1	Pengaruh Inovasi Produk, Brand Image Dan Diskon Terhadap Minat Beli	80
4.2.2	Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Minat Beli	82
4.2.3	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Minat Beli	83
4.2.4	Pengaruh Diskon Terhadap Minat Beli	84
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		86
5.1	Kesimpulan	86
5.2	Saran	87
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Persentase Top Brand Indeks Kategori Sabun Cuci Piring	3
Tabel 1. 2 Hasil Pra Survei 50 Responden Yang Mengetahui Bahwa Sunlight Terafiliasi dengan Israel	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	40
Tabel 3. 2 Skala Pengisian Kuesioner	44
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Inovasi Produk (X1).....	46
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas <i>Brand Image</i> (X2).....	47
Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Diskon (X3)	47
Tabel 3. 6 Hasil Uji Validitas (Y).....	48
Tabel 3. 7 Hasil Uji Reliabilitas	49
Tabel 4. 1 Karakter Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	59
Tabel 4. 3 Karakter Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Daerah.....	61
Tabel 4. 5 Rata - Rata Variabel Inovasi Produk (X1).....	62
Tabel 4. 6 Rata - Rata Variabel <i>Brand Image</i> (X2)	65
Tabel 4. 7 Rata - Rata Variabel Diskon (X3).....	67
Tabel 4. 8 Rata-rata Variabel Minat Beli (Y)	69
Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas.....	72
Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinieritas	73

Tabel 4. 11 Hasil Uji Heterokedastisitas	74
Tabel 4. 12 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi	75
Tabel 4. 13 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	76
Tabel 4. 14 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	77
Tabel 4. 15 Hasil Uji T (Parsial).....	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Paradigma Pemikiran	38
Gambar 4. 1 Logo Sunlight.....	57
Gambar 4. 2 Deskriptif Variabel Inovasi Produk (X1)	64
Gambar 4. 3 Deskriptif Variabel Brand Image (X2)	66
Gambar 4. 4 Deskriptif Variabel Diskon (X3)	68
Gambar 4. 5 Deskriptif Variabel Minat Beli (Y).....	71
Gambar 4. 6 Gambar Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	75