PENGARUH *BRAND IMAGE*, GAYA HIDUP DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI PRODUK MINYAK GORENG SUNCO

(Survei pada konsumen Minyak Goreng Kemasan di Kabupaten Kuningan)

SKRIPSI

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

Oleh :

Lia Indriyani

20200510174

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KUNINGAN

2024

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH BRAND IMAGE, GAYA HIDUP, DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI PRODUK MINYAK GORENG SUNCO

(Survei Pada Konsumen Minyak Goreng Kemasan di Kabupaten Kuningan)

Disusun Oleh :

LIA INDRIYANI

20200510174

Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 20 Juni 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,	Penguji II,	Penguji III,
Dr. Hj. Lili Karmela F., S.E., M.Si	**Januar Habibi Mahsyar,. S.E., M.M.**	**Winda Oktaviani, SE., M.M**
NIK. 41038971054	**NIK. 410101910251**	**NIK. 410108880250**

Dipindai dengan CamScanner

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH BRAND IMAGE, GAYA HIDUP, DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI PRODUK MINYAK GORENG SUNCO

(Survei Pada Konsumen Minyak Goreng Kemasan Di Kabupaten Kuningan)

Disusun Oleh

LIA INDRIYANI

20200510174

DISETUJUI OLEH

Pembimbing I,	Pembimbing II,
Wely Hadi Gunawan, SE., M,M.	**Januar Habibi Mahsvar, S.E., M.M.**
NIK. 410106910232	**NIK. 410101910251**

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis	Kepala Program Studi Manajemen
Dr. Lili Karmela F., SE., M.Si.	**Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E.Sy**
NIK. 41038971054	**NIK. 41038091296**

Dipindai dengan CamScanner

PERNYATAAN OTENTISITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA : Lia Indriyani

NIM : 20200510174

JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Brand Image, Gaya Hidup dan Harga terhadap Minat Beli. Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul "**Pengaruh Brand Image, Gaya Hidup dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Produk Minyak Goreng Sunco di Kabupaten Kuningan**" beserta isinya adalah karya saya sendiri, bukan hasil jiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menerima resiko atau sanksi apapun yang dijatuhkan kepada saya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim terhadap keaslian karya ini.

Kuningan. Mei 2025

LIA INDRIYANI

202005101

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“ Kesuksesan seseorang tidak diukur dari seberapa tinggi ia memanjat, tetapi seberapa tinggi ia memantul ketika ia mencapai titik terendah “

PERSEMBAHAN

“ Saya pesembahkan skripsi ini kepada kedua orang tua yang selalu memberikan kenyamanan, motivasi, doa terbaik, dan menyekolahkan saya hingga jenjang tertinggi, sehingga saya bisa menyelesaikan masa studi saya “

ABSTRAK

LIA INDRIYANI. 20200510175. PENGARUH BRAND IMAGE, GAYA HIDUP DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI PRODUK MINYAK GORENG SUNCO. Pembimbing I oleh Wely Hadi Gunawan, S.E., M.M. Pembimbing II oleh Januar Habibi Mahsyar, S.E.,M.M. Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan 2024.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji mengetahui pengaruh *Brand Image*, Gaya Hidup dan Harga terhadap Minat Beli. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen produk Minyak Goreng Sunco di kabupaten Kuningan. Penulis menggunakan metode penelitian yaitu deskriptif dan verifivatif dan telah menyebarkan kuesioner melalui googleform kepada 100 responden. Teknik pengukurannya menggunakan skala interval. Teknik analisis data yang digunakan yaitu menggunakan *Statistical Program for Social Sciences* (SPSS) versi 26. Hasil pengujian dari hipotesis yang diajukan memperoleh kesimpulan bahwa (1) *brand image* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat beli. (2) gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. (3) harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

Kata Kunci : *brand image*, gaya hidup, harga, minat beli, minyak goreng sunco

ABSTRACT

LIA INDRIYANI. (20200510174). THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, LIFESTYLE AND PRICE ON PURCHASING INTENTION IN SUNCO COOKING OIL PRODUCTS in Kuningan Regency. Advisor 1 Wely Hadi Gunawan, S.E., M.M. and Advisor 2 Januar Habibi Mahsyar, S.E.,M.M.. Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Kuningan University 2024

This study aims to test the effect of brand image, lifestyle , and price on purchasing interest. The sample in this study were Sunco Cooking Oil consumers in Kuningan Regency. The author employed a survey method deskriptif and verifivatif and distributed questionnaires via Google form to 100 respondents. The measurement technique uses an interval scale. The data analysis technique used is using the Statistical Program for Social Sciences (SPSS) version 26. The test results of the proposed hypothesis concluded that (1) brand image has a positive but insignificant effect on purchasing interest. (2) lifestyle has a positive and significant effect on purchasing interest. (3) price has a positive and significant effect on purchasing intention.

Keywords: *Brand Image, Lifestyle, Price, Purchasing Intention*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadirat Allah SWT, berkat limpahan rahmat dan hidayah – Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul "PENGARUH *BRAND IMAGE*, GAYA HIDUP DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI PRODUK MINYAK GORENG SUNCO**"**

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini penulis mendapatkan bantuan dan pertolongan dari berbagai pihak, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan yang disebabkan oleh kekurangan dan kelalaian, serta keterbatasan penulis. Oleh karena itu penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan ataupun kekurangan serta diharapkan adanya kritik dan saran yang membangun dari semua pihak. Akhir kata penulis berharap kiranya skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua Amin.

Kuningan, Januari 2024

Penulis

LIA INDRIYANI

20200510174

UCAPAN TERIMA KASIH

Assalamu'alaikum Wr. Wb Alhamdulillahirobbilalamin, pada kesempatan kali ini izinkan penulis untuk mengucapkan rasa terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan berpartisipasi memberikan masukan baik moril maupun materil dalam penyelesaian skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan tepat waktu. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. Wely Hadi Gunawan, S.E., M.M. yang telah membimbing saya dengan penuh kesabaran memberikan arahan serta semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Januar Habibi Mahsyar, S.E., M.M. yang telah memberikan arahan serta memberikan petunjuk kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E.Sy. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
4. Neng Evi Kartika, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan semangat dan bimbingan kepada penulis semasa proses perkuliahan.
5. Enung Nurhayati, S.E., Ak., M.Si., CA selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
6. Dr. Dadang Suhardi, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
7. Dr. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
8. Dr. Dikdik Hardjadi, M.S.i. selaku Rektor Universitas Kuningan.
9. Kedua orang tua tercinta Ayah Lukman , dan Ibu Enah yang senantiasa mendo'akan serta memberi dukungan yang tak terhitung nilainya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
10. Keluarga besar tercinta yang sudah mendukung dan membantu penulis untuk menyelesaikan pendidikan ini.

11. Sahabat sahabat yang tidak lepas dalam memberikan saya motivasi untuk terus maju dan pantang menyerah.

12. Teman teman kelas Manj-E yang saling memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini

13. Dan tak lupa untuk diri sendiri yang mampu sampai pada titik ini untuk menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata dari penulis terimakasih kepada yang sudah membantu dan terlibat dalam penelitian skripsi ini dan penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua, semoga dapat menjadi masukan dalam dunia pendidikan.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Kuningan, 17 Mei 2024

Penulis

LIA INDRIYANI

20200510174

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERSETUJUAN

MOTO DAN PERSEMBAHAN

PERNYATAAN OTENTISITAS

ABSTRAK i

ABSTRACT ii

KATA PENGANTAR iii

UCAPAN TERIMA KASIH iv

DAFTAR ISI vi

DAFTAR TABEL x

DAFTAR GAMBAR xii

BAB 1 PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Rumusan Masalah 10

1.3 Tujuan Penelitian 10

1.4 Manfaat Penelitian 11

1.4.1 Manfaat secara teoritis 11

1.4.2 Manfaat secara praktis 11

BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERFIKIR,& HIPOTESIS 13

2.1 Landasan Teori 13

2.1.1 Manajemen Pemasaran 13

2.1.2 Minat Beli 14

2.1.2.1 Pengertian Minat Beli 14

2.1.2.2 Faktor-faktor dalam Minat Beli 15

2.1.2.3 Dimensi Minat Beli 18

2.1.2.4 Indikator Minat Beli 19

2.1.3 Citra Merek 19

2.1.3.1 Pengertian Citra Merek 19

2.1.3.2 Faktor-faktor dalam Citra Merek 21

2.1.3.3 Dimensi Citra Merek 24

2.1.3.4. Indikator Citra Merek 26
2.1.4 Gaya Hidup 27
2.1.4.1 Pengertian Gaya Hidup 27
2.1.4.2 Faktor-faktor Gaya Hidup 29
2.1.4.3 Dimensi Gaya Hidup 35
2.1.4.4 Indikator Gaya Hidup 35
2.1.5 Harga 36
2.1.5.1 Pengertian Harga 36
2.1.5.2 Faktor-faktor dalam Harga 38
2.1.5.3 Dimensi Harga 40
2.1.5.4 Indikator Harga 41
2.1.6 Hubungan Antar Variabel 43
2.1.6.1 Hubungan antara Citra Merek dan Minat Beli 43
2.1.6.2 Hubungan antara Gaya Hidup dan Minat Beli 44
2.1.6.3 Hubungan antara Harga dan Minat Beli 46
2.1.7 Penelitian Terdahulu 46
2.2 Kerangka Berpikir 49
2.3 Hipotesis 51
BAB III METODE PENELITIAN 53
3.1 Metode Penelitian 53
3.2 Operasionalisasi variabel 53
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian 55
3.3.1 Populasi 55
3.3.2 Sampel Penelitian 55
3.4 Jenis dan Sumber Data 56
3.4.1 Jenis Data 56
3.4.2 Sumber Data 57
3.5 Teknik Pengumpulan Data 57
3.5.1 Uji Instrumen 57
3.6 Teknik analisis data 64
3.6.1 Analisis Deskriptif 64

3.6.2 Analisis Verifikatif 65
3.7 Uji Asumsi Klasik 66
3.7.1.1 Uji Normalitas 66
3.1.7.2 Uji Multikolinearitas 66
3.1.7.3 Uji Heterokedasitisitas 67
3.8. Regresi Linier Berganda 67
3.9 Koefisien Determinasi 68
3.10 Uji Hipotesis 69
3.10.1 Uji F (Uji Simultan) 69
3.10.2 Uji t (Uji Persial) 70
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 73
4.1 Hasil Penelitian 73
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 73
4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan 74
4.1.2 Gambaran Karakteristik Responden 75
4.1.3 Teknik Analisis Data 79
4.1.4 Uji Asumsi Klasik 92
4.1.5 Analisis Regresi Linear Berganda 95
4.1.6 Koefisien Determinasi 97
4.1.7 Pengujian Hipotesis 97
4.1.7.1 Uji F (Uji Simultan) 97
4.1.7.2 Uji t (Uji Parsial) 98
4.2 Pembahasan 100
4.2.1 Pengaruh *Brand Image,* Gaya Hidup , dan Harga Terhadap Minat Beli 100
4.2.2 Pengaruh *Brand Image* Terhadap Minat Beli 101
4.2.3 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Minat Beli 102
4.2.4 Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli 104
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 106
5.1 Kesimpulan 106
5.2 Saran 107

DAFTAR PUSTAKA 109
LAMPIRAN 114

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Sebaran Market Share Minyak Goreng Kemasan 3

Tabel 1. 2 Data Penjualan Minyak Goreng 4

Tabel 1. 3 Research Gap 7

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 47

Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel 53

Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Minat Beli (Y) 59

Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas *Brand Image* 60

Tabel 3. 4 Uji Coba Validitas Gaya Hidup 60

Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Harga (X3) 61

Tabel 3. 6 Hasil Uji Reliabilitas Minat Beli (Y) 62

Tabel 3. 7 Hasil Uji Reliabilitas variable *Brand Image* (X1) 62

Tabel 3. 8 Hasil Uji Reliabilitas Gaya Hidup (X2) 63

Tabel 3. 9 Hasil Uji Reliabilitas Harga (X3) 63

Tabel 4. 1 Jenis Kelamin responden 75

Tabel 4. 2 Usia Responden 76

Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan 77

Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan 78

Tabel 4. 5 Deskriptif Statistik Minat Beli (Y) 79

Tabel 4. 6 Deskriptif Statistik *Brand Image* 82

Tabel 4. 7 Deskriptif Statistik Gaya Hidup 85

Tabel 4. 8 Deskriptif Statistik Harga 89

Tabel 4. 9 Sample Kolmogorov-Smirnov 92

Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolineritas 93
Tabel 4. 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas 95
Tabel 4. 12 Analisis Regresi Linear Berganda 96
Tabel 4. 13 Koefisien Determinasi 97
Tabel 4. 14 Hasil Uji F 98
Tabel 4. 15 Hasil Uji Parsial (t) 99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Hasil Pra-survey Terhadap 30 Responden 5

Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir..... 51

Gambar 3. 1 Skala pengisian Kuisioner..... 57