



**PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *BRAND IMAGE*,
KUALITAS PRODUK, IKLAN DAN HARGA TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN STUDI KASUS PADA PRODUK LE
MINERALE**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memenuhi
Gelar Sarjana Manajemen**

Oleh:

ANGGI WAHYUNI

41219057

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

BUMIAYU

2023

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **PENGARUH BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK, IKLAN DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN STUDI KASUS PADA PRODUK LE MINERALE**

Oleh

Nama : **ANGGI WAHYUNI**

NIM : **41219057**

Program Studi : **S1 Manajemen**

Fakultas : **Ekonomika dan Bisnis**

Telah dipertahankan di depan dewan penguji skripsi pada tanggal 12 Bulan Juli tahun 2023.

DEWAN PENGUJI

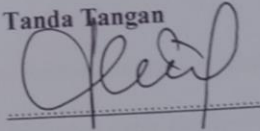
Nama Penguji

Ketua Tim Penguji/Pembimbing

Sarah Dien Hawa, S.E., M.Si.

NIDN. 0622059001

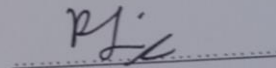
Tanda Tangan



Penguji I

Rizki Amalia, S.Kom., M.M

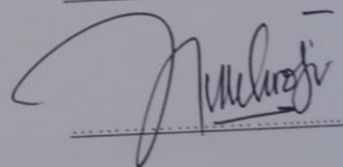
NIDN. 0607099402



Penguji II

Mukhroji, S.E., M.M

NIDN. 0621058902



Diterima dan disahkan

Pada Tanggal 20 September 2023

Dekan

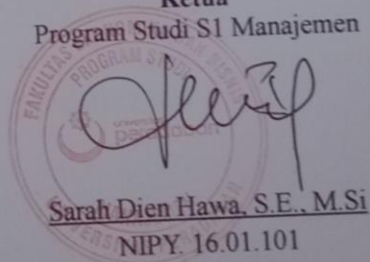
Fakultas Ekonomika Dan Bisnis



Mukhroji, S.E., M.M
NIPY. 16.02.120

Ketua

Program Studi S1 Manajemen



Sarah Dien Hawa, S.E., M.Si
NIPY. 16.01.101

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Anggi Wahyuni

NIM : 41219057

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya saya dan bukan merupakan kumpulan tulisan atau pemikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pemikiran saya, kecuali secara tertulis disebutkan dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar Pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik yang saya peroleh terkait dengan skripsi ini.

Bumiayu, 19 September 2023

Yang Menyatakan

Anggi Wahyuni

NIM. 41219057

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah peneliti panjatkan kepada kehadiran Allah SWT tuhan semesta alam, karena berkat Rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini, serta shalawat dan salam yang selalu peneliti hantarkan kepada nabi besar Muhammad SAW. Penelitian skripsi ini dilaksanakan dalam rangka memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomikadan Bisnis, Universitas Peradaban.

Dalam menyelesaikan skripsi, peneliti mendapatkan dukungan, bimbingan, motivasi, dan masukan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini peneliti dengan tulus mengucapkan terimakasih kepada :

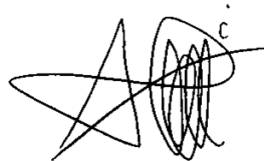
- A. Bapak Dr. Muh. Kadarisman, S.H., M.Si, selaku Rektor Universitas Peradaban
- B. Bapak Mukhroji, S.E., M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Peradaban serta dosen penguji II atas bimbingan, koreksi dan arahnya.
- C. Ibu Sarah Dien Hawa, S.E., M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Peradaban serta pembimbing skripsi yang senantiasa mencurahkan segenap ilmu, waktu, motivasi yang diberikan
- D. Ibu Rizki Amalia, S.Kom., M.M, selaku Dosen Penguji I atas ilmu, koreksi dan arahan yang diberikan
- E. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis beserta staf Universitas Peradaban.
- F. Bapak Suhendar dan Ibu Sariah selaku orang tua saya, serta keluarga besar yang telah memberikan doa, cinta, kasih sayang dan motivasi yang tidak ada henti-

hentinya

- G. M. Defirda Irfanda S.Kom, selaku suami saya yang selalu mendoakan, memberi cinta, kasih sayang, nasihat dan motivasi yang tidak henti-hentinya.
- H. Teman prodi angkatan 2019 yang telah memberikan motivasi dan masukan yang membangun
- I. Sahabat saya Inah Sanaah dan Ela Tiana yang selalu menemani dan memberikan motivasi yang luar biasa.
- J. Semua pihak yang terlibat dalam penelitian dan penyusunan skripsi.

Dengan Rahmat-Nya mudah-mudahan Allah SWT membalas setiap detail kebaikan yang telah mereka berikan. Peneliti berharap skripsi ini dapat bermanfaat untuk semuapihak, atas perhatiannya peneliti ucapkan maaf dan terimakasih.

Bumiayu, 15 September 2023
Penulis,



Anggi Wahyuni
NIM. 41219057

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis beberapa faktor, seperti *brand awareness*, *brand image*, kualitas produk iklan, dan harga, mempengaruhi kecenderungan konsumen untuk membeli Le Minerale. Data primer dikumpulkan untuk penelitian ini dengan memberikan kuesioner kepada para partisipan. Sebanyak 97 partisipan termasuk dalam sampel. Strategi pengambilan sampel mengandalkan pemilihan sampel secara acak, atau "*accidental sampling*". Dalam penelitian ini, data dianalisis dengan menggunakan SPSS V.25. Penelitian ini menemukan bahwa terdapat hubungan positif antara *brand awareness* dan minat beli, *brand image* dan minat beli, kualitas produk dan minat beli, iklan dan minat beli, serta harga dan minat beli.

Kata kunci : *Brand Awareness*, *Brand Image*, Kualitas Produk, Iklan, Harga, Minat Beli

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze how several factors, such as price, advertising, product quality, and brand recognition, affect consumers' propensity to buy Le Minerale. Primary data were collected for this research by the administration of questionnaires to participants. A total of 97 participants were included in the sample. The sampling strategy relied on a random selection of samples, or "accidental sampling." In this research, data was analyzed using SPSS V.25. This study found that there was a positive relationship between brand awareness and purchase intent, brand image and purchase intent, product quality and purchase intent, advertising and purchase intent, and price and purchase intent.

Keywords: *Brand Awareness, Brand Image, Product Quality, Advertising, Price, Purchase Intention*

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| HALAMAN PENGESAHAN..... | ii |
| PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI..... | ii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| ABSTRAK | vi |
| ABSTRACT..... | vii |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| DAFTAR TABEL..... | x |
| DAFTAR GAMBAR | 11 |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 7 |
| C. Tujuan Penelitian..... | 7 |
| D. Manfaat Penelitian..... | 8 |
| BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PERUMUSAN MODEL PENELITIAN..... | 9 |
| A. Telaah Pustaka..... | 9 |
| 1. Minat Beli..... | 9 |
| 2. Brand Awareness | 12 |
| 3. Brand Image | 16 |
| 4. Kualitas Produk | 19 |
| 5. Iklan..... | 22 |
| 6. Harga | 26 |
| B. Perumusan Model Penelitian..... | 30 |
| 1. Penelitian Terdahulu | 30 |
| 2. Perumusan Hipotesis | 34 |

| | |
|---|-----|
| BAB III METODE PENELITIAN DAN TEKNIK ANALISIS DATA..... | 40 |
| A. Metode Penelitian..... | 40 |
| 1. Jenis Penelitian | 40 |
| 2. Lokasi Penelitian | 40 |
| 3. Waktu Penelitian | 40 |
| 4. Populasi dan Sampel | 40 |
| 5. Sumber Data | 42 |
| 6. Teknik Pengumpulan Data | 43 |
| 7. Definisi Konsep dan Operasional Variabel | 43 |
| B. Teknik Analisis Data | 47 |
| 1. Uji Instrumen..... | 47 |
| 2. Analisis Dekriptif..... | 49 |
| 3. Analisis Regresi Berganda | 51 |
| 4. Uji Asumsi Klasik | 54 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 57 |
| A. Gambaran Umum Objek Penelitian | 57 |
| 1. Sejarah Singkat Perusahaan..... | 57 |
| 2. Gambaran Umum Responden..... | 58 |
| B. Analisis Data dan Pembahasan..... | 61 |
| 1. Analisis Data | 61 |
| 2. Pembahasan | 82 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... | 88 |
| A. Kesimpulan | 88 |
| B. Saran..... | 90 |
| DAFTAR PUSTAKA | 93 |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP..... | 125 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1. Definisi Operasional | 45 |
| Tabel 2. Responden Berdasarkan Usia..... | 58 |
| Tabel 3. Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan..... | 60 |
| Tabel 4. Hasil Uji Validitas..... | 61 |
| Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas | 63 |
| Tabel 6. Jawaban Responden Variabel Minat Beli | 64 |
| Tabel 7. Jawaban Responden Variabel <i>Brand Awareness</i> | 65 |
| Tabel 8. Jawaban Responden Variabel <i>Brand Image</i> | 67 |
| Tabel 9. Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk | 68 |
| Tabel 10. Jawaban Responden Variabel Iklan | 70 |
| Tabel 11. Jawaban Responden Variabel Harga..... | 71 |
| Tabel 12. Hasil Analisis Regresi Berganda..... | 73 |
| Tabel 13. Hasil Uji F..... | 76 |
| Tabel 14. Hasil Koefisien Determinasi | 77 |
| Tabel 15. Hasil Uji Normalitas (Kolmogorov-Smirnov) | 77 |
| Tabel 16. Hasil Uji Heteroskedastisitas | 79 |
| Tabel 17. Hasil Uji Multikolinearitas..... | 81 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1. Top Brand Award Air Minum dalam Kemasan tahun 2018-2022.... | 2 |
| Gambar 2. Kerangka Pemikiran | 39 |
| Gambar 3. Grafik Normal P-Plot | 78 |
| Gambar 4. Pola Grafik Scatterplot..... | 80 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|-----|
| Lampiran 1.Kuesioner Penelitian..... | 100 |
| Lampiran 2.Tabulasi Data..... | 105 |
| Lampiran 3.Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli | 112 |
| Lampiran 4.Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Awareness</i> | 113 |
| Lampiran 5.Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i> | 114 |
| Lampiran 6.Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk..... | 115 |
| Lampiran 7. Hasil Uji Validitas Variabel Iklan | 116 |
| Lampiran 8.Hasil Uji Validitas Variabel Harga..... | 117 |
| Lampiran 9.Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Beli..... | 118 |
| Lampiran 10. Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Brand Awareness</i> | 118 |
| Lampiran 11. Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Brand Image</i> | 118 |
| Lampiran 12. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk..... | 118 |
| Lampiran 13. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Iklan | 119 |
| Lampiran 14. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga..... | 119 |
| Lampiran 15. Hasil Uji Analisis Regresi Berganda | 120 |
| Lampiran 16. Hasil Uji F | 120 |
| Lampiran 17. Hasil Uji Koefisien Determinasi..... | 120 |

| | |
|---|-----|
| Lampiran 18. Hasil Uji Normalitas (Kolmogorov-Smirnov)..... | 121 |
| Lampiran 19. Hasil Uji Normalitas P-Plot..... | 122 |
| Lampiran 20. Hasil Uji Heteroskedastisitas (Glejser)..... | 123 |
| Lampiran 21. Hasil Grafik Scaterplott..... | 123 |
| Lampiran 22. Hasil Uji Multikolinearitas | 124 |
| Lampiran 22. Daftar Riwayat Hidup..... | 125 |