

HALAMAN MOTTO

“Untuk menggapai apa yang kamu inginkan, kamu harus terus mengejar dan berjuang untuk mewujudkannya dan pada saat yang sama jaga dirimu dan kesehatanmu”

BERANI MEMULAI, TANPA NANTI, TANPA TAPI.



HALAMAN PERSEMBAHAN

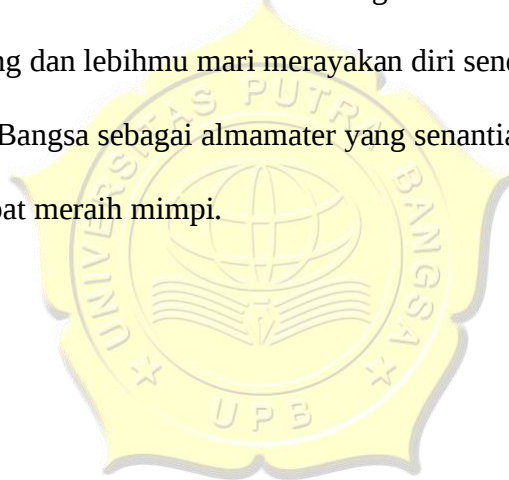
Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kepada Bapak saya yang telah berpulang (Alm.Achmad Muchlisin) saya mempersembahkan karya ini untuk bapak. Terima kasih atas cinta, pengorbanan, dan semua ajaran hidup yang telah bapak berikan. Terima kasih sudah menjadikan alasan utama saya untuk melanjutkan Pendidikan sampai Sarjana. Bapak adalah pahlawan sejati dalam hidup saya yang selalu mengajarkan arti ketulusan. Saya berjanji untuk terus berjuang demi mencapai cita-cita yang Bapak impikan untuk saya. Terkhusus untuk mamah (Tugirah) Terima kasih atas segala dukungan, do'a, dan perhatian yang lebih. Mamah adalah sumber kekuatan saya yang tak ternilai harganya. Sebagai mahasiswa karyawan yang bekerja setiap hari dan melakukan perkuliahan di sore hari tidaklah mudah, ujian dan rintangan yang selalu ada dalam proses perkuliahan ini. Semua pencapaian ini akan kupersembahkan untuk kalian berdua.
2. Kepada dosen pembimbing Ibu Dr. Harini Abrilia Setyawati, M.Si yang telah membimbing saya dengan baik sehingga skripsi saya dapat terselesaikan. Semoga ibu sehat selalu dan dilancarkan aktivitasnya.
3. Kepada adik-adik saya (Sofi Mukhainiroh dan Sulaiman) terima kasih atas dukungan kalian yang menjadikan skripsi ini cepat terselesaikan.
4. Kepada pasangan saya (Fajar Setiawan) Terima kasih sudah menggantikan peran Alm.Bapak atas pengorbanan, perhatian tulus dan selalu ada disampingku dalam segala suka dan duka. Engkau adalah sumber kekuatan dan kebahagiaan dalam hidupku, yang selalu membuat setiap tantangan terasa lebih mudah untuk dijalani.

5. Kepada teman seperjuangan saya selama kuliah (Vanny Mutiara Putri) dan seluruh teman-teman kuliah serta kating terima kasih sudah memberikan arahan dan semangat serta motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Dan yang terakhir, kepada diri saya sendiri Siti Nur Khasanah terima kasih sudah berjalan sejauh ini, selalu jadi Wanita yang selalu berusaha dan tidak mudah putus asa. Terimakasih karena memutuskan untuk tidak menyerah sesulit apapun ujian dan rintangan dalam kehidupan ini serta dalam proses penyusunan skripsi ini dan telah menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dirayakan untuk diri sendiri. Berbahagialah selalu dimanapun berada, sanah. Apapun kurang dan lebihmu mari merayakan diri sendiri.

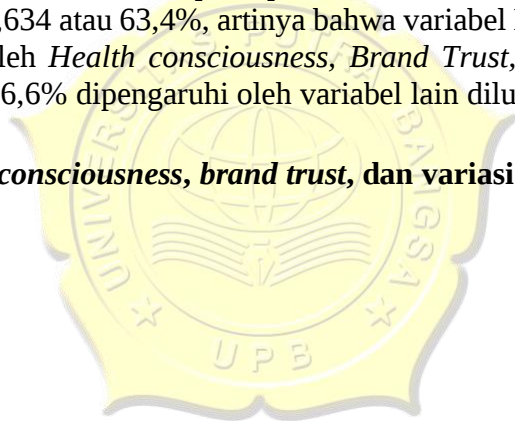
7. Universitas Putra Bangsa sebagai almamater yang senantiasa penulis banggakan karena menjadi tempat meraih mimpi.



ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *health consciousness*, *brand trust*, dan variasi produk terhadap keputusan pembelian pada bubur bayi organik *nayz baby-o* di Kebumen. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif. Data sampel yang diambil dalam penelitian ini yaitu masyarakat yang sudah bestatus sebagai orang tua dan membeli bubur bayi organik *nayz baby-o* di Kebumen yang berjumlah 100 orang sebagai responden. Instrumen atau alat analisis dalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis regresi linier berganda. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain analisis kualitatif dan analisis kuantitatif yang terdiri dari uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolonieritas, uji heterokedastisitas, dan uji regresi linier berganda. Data dianalisis menggunakan SPSS 25 *for windows*. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel valid dan reliabel, tidak terdapat Multikolonieritas, tidak terjadi Heterokedastisitas dan model memenuhi asumsi Normalitas. Secara Parsial Pengaruh *Health consciousness*, *Brand Trust*, dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan. Pengaruh *Health consciousness*, *Brand Trust*, dan Variasi Produk secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Nilai Adjuster R^2 persamaan sebesar 0,634 atau 63,4%, artinya bahwa variabel Keputusan Pembelian dapat dipengaruhi oleh *Health consciousness*, *Brand Trust*, dan Variasi Produk. Sedangkan sebesar 36,6% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

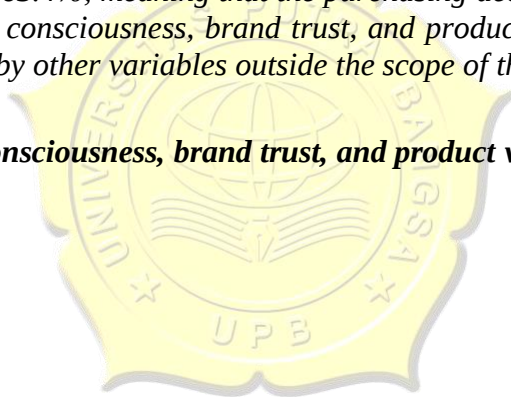
Kata kunci: *health consciousness*, *brand trust*, dan variasi produk



ABSTRACTION

This study aims to determine the effect of health consciousness, brand trust, and product variety on purchasing decisions for Nayz Baby-O organic baby porridge in Kebumen. The method used is a quantitative approach. The sample data taken in this study consists of individuals who are parents and have purchased Nayz Baby-O organic baby porridge in Kebumen, totaling 100 respondents. The analysis instrument used in this research is multiple linear regression analysis. The data analysis techniques applied in this study include qualitative and quantitative analyses, which consist of validity testing, reliability testing, normality testing, multicollinearity testing, heteroscedasticity testing, and multiple linear regression testing. Data was analyzed using SPSS 25 for Windows. The results of this study indicate that all variables are valid and reliable, there is no multicollinearity, no heteroscedasticity, and the model meets the normality assumption. Partially, the effects of health consciousness, brand trust, and product variety on purchasing decisions show a positive and significant impact. The effects of health consciousness, brand trust, and product variety, when analyzed simultaneously, have a significant influence on purchasing decisions. The adjusted R^2 value of the equation is 0.634 or 63.4%, meaning that the purchasing decision variable can be influenced by health consciousness, brand trust, and product variety. Meanwhile, 36.6% is influenced by other variables outside the scope of this study.

Keywords: *health consciousness, brand trust, and product variety*



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Alloh SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya yang telah memberikan kekuatan, kesehatan dan kesabaran dalam mengerjakan skripsi ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Health Consciousness, Brand Trust, dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Bubur Bayi Organik Nayz Baby-O di Kebumen”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Stara-1 (S1) pada program studi Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen.

Skripsi ini merupakan salah satu tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan dan mengimplementasikan ilmu yang didapat di bangku kuliah dengan realita kehidupan nyata, khususnya dalam bidang penelitian ilmiah. Penulis telah menyusun skripsi ini dengan segenap kemampuan yang ada, menggunakan analisis berdasarkan teori serta bantuan beberapa literatur. Penulis menyadari penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan yang perlu diperbaiki, dikarenakan masih terbatasnya ilmu pengetahuan yang dimiliki penulis.

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan baik fisik maupun motivasi dan dorongan dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada:

1. Ibu Dr. Harini Abrilia Setyawati, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

2. Kedua orang tua tercinta (Alm. Bapak Achmad Muchlisin dan Ibu Tugirah) yang selalu senantiasa mendoakan, membimbing, memotivasi, dan memperjuangkan dengan segala kemampuannya.
3. Segenap dosen, karyawan dan civitas akademik Universitas Putra Bangsa Kebumen yang telah membantu dan penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Laely Kusworo Shanti selaku pemilik bubur bayi organik nayz baby-o yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk melakukan penelitian di perusahaan tersebut.
5. Semua responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi data kuesioner yang sangat diperlakukan dalam keberlangsungan penulisan skripsi.
6. Semua teman teman yang senantiasa memberikan semangat dan motivasi.

Semoga Allah SWT memberikan balasan dan pahala kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung penulis. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Kebumen, 14 Februari 2025

Penulis,

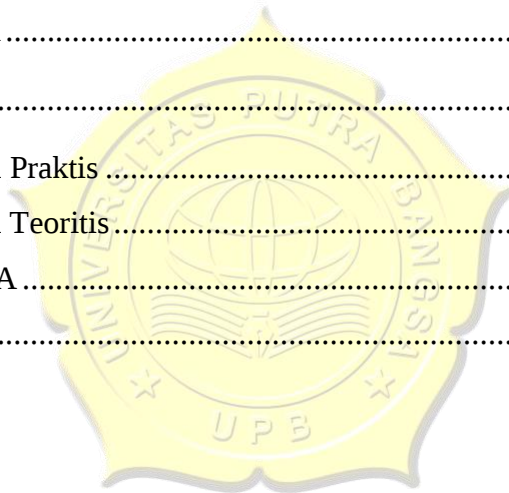
Siti Nur Khasanah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAKSI	ix
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1.Latar Belakang Masalah	1
1.2.Rumusan Masalah.....	7
1.3. Batasan Masalah	7
1.4. Tujuan Penelitian.....	10
1.5. Manfaat Penelitian	10
BAB II.....	11
KAJIAN PUSTAKA.....	11
2.1.Tinjauan Teori	11
2.1.1.Keputusan Pembelian.....	11
2.1.2.Health Consciuousness (Kesadaran Kesehatan)	15
2.1.3..Brand Trust (Kepercayaan Merek)	18
2.1.4. Variasi Produk	20
2.2.Penelitian Terdahulu.....	22

2.3.Hubungan Antar Variabel	27
2.3.1. Hubungan Health Consciousness terhadap Keputusan Pembelian....	27
2.3.2. Hubungan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian	28
2.3.3. Hubungan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian	29
2.4.Model Empiris.....	30
2.5.Hipotesis.....	31
BAB III.....	31
METODE PENELITIAN.....	31
3.1.Objek dan Subjek Penelitian	31
3.1.1. Obyek Penelitian.....	31
3.1.2. Subyek Penelitian.....	31
3.2.Variabel Penelitian.....	31
3.3.Definisi Operasional Variabel	32
3.4.Instrumen atau Alat Pengumpulan Data	35
3.5.Data dan Teknik Pengumpulan Data	36
3.5.1. Jenis Data	36
3.5.2. Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.6.Populasi dan Sampel.....	38
3.6.1. Populasi Penelitian.....	38
3.6.2. Sampel Penelitian.....	38
3.7.Teknik Analisis.....	39
3.7.1. Analisis Analisis Deskriptif.....	39
3.7.2. Analisis Statistik	40
3.8 Alat Analisis Data	40
3.8.1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	40
3.8.2. Uji Asumsi Klasik.....	42

3.8.3. Regresi Linier Berganda.....	44
3.8.4. Uji Hipotesis	45
BAB IV	49
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	49
4.1. Analisis Deskriptif	49
4.2. Analisis Statistik.....	53
4.3. Pembahasan.....	62
BAB V.....	66
SIMPULAN.....	67
5.1. Simpulan	67
5.2. Keterbatasan	68
5.3. Implikasi.....	69
5.3.1 Implikasi Praktis	69
5.3.2 Implikasi Teoritis.....	70
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN	77



DAFTAR TABEL

Tabel I-1 Data Penjualan Nayz Baby-O Januari-Juni 2024	2
Tabel I-2 Hasil observasi pada customer	3
Tabel II-1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	26
Tabel III-1 Distribusi Indikator Variabel Keputusan Pembelian (Y)	33
Tabel III-2 Distribusi Indikator Variabel Health Consciousness (X1)	34
Tabel III-3 Distribusi Indikator Variabel Brand Trust (X2)	34
Tabel III- 4 Distribusi Indikator Variabel Variasi Produk (X3).....	35
Tabel IV-1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel IV-2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	51
Tabel IV-3 Karakteristik Responden Berdasarakan Pekerjaan.....	52
Tabel IV-4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	52
Tabel IV-5Hasil Uji Validitas Health Consciousness (X1)	53
Tabel IV-6 Hasil Uji Validitas Brand Trust (X2).....	54
Tabel IV-7 Hasil Uji Validitas Variasi Produk (X3)	54
Tabel IV-8 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	54
Tabel IV- 9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel.....	55
Tabel IV-10 Hasil Uji Multikolinieritas.....	57
Tabel IV-11 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	58
Tabel IV-12 Hasil Uji Parsial (Uji t)	60
Tabel IV-13 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	61
Tabel IV-14 Hasil Uji Determinasi (R ²).....	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar II-1 Kerangka Teoritis	30
Gambar IV-1 Uji Normalitas.....	56
Gambar IV-2 Uji Heteroskedastisitas	57



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	77
Lampiran 2 Karakteristik Responden	81
Lampiran 3 Tabulasi Data	84
Lampiran 4 Uji Validitas.....	92
Lampiran 5 Uji Reliabilitas	96
Lampiran 6 Uji Normalitas	97
Lampiran 7 Uji Multikolonieritas.....	97
Lampiran 8 Uji Heterokedstisitas.....	97
Lampiran 9 Uji Analisis Regresi Linier Berganda	98
Lampiran 10 Uji Hipotesis	98
Lampiran 11 Tabel-t	99
Lampiran 12 Tabel-F	100
Lampiran 13 Tabel-r	101
Lampiran 14 Kartu Konsultasi Skripsi	103
Lampiran 15 Kartu Seminar.....	104

