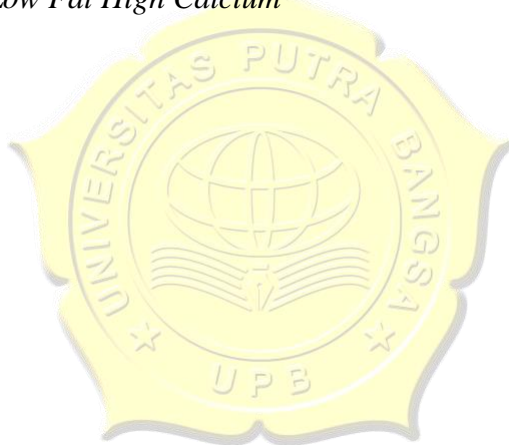


ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti Pengaruh *Healthy Lifestyle*, Kualitas Produk, dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Produk Susu UHT Kemasan Ultra Milk *Low Fat High Calcium* Studi Pada Masyarakat di Kabupaten Kebumen. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen susu UHT kemasan ultra milk *low fat high calcium* di kabupaten Kebumen dengan jumlah sampel 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data yang digunakan adalah uji instrumen validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji normalitas, uji regresi linier berganda, uji hipotesis, dan uji koefisien determinasi. Alat bantu pengolahan data menggunakan SPSS for windows version 25.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) *Healthy Lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, (2) Kualitas Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, (3) *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, (4) *Healthy Lifestyle*, Kualitas Produk, dan *Brand Image* berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: *Healthy Lifestyle*, Kualitas Produk, *Brand Image*, Keputusan Pembelian, Ultra Milk *Low Fat High Calcium*



ABSTRACT

This research aims to examine the influence of a healthy lifestyle, product quality and brand image on purchasing decisions for ultra milk low fat high calcium packaged UHT milk products, study in communities in Kebumen Regency. The population in this study were consumers of ultra milk low fat high calcium packaged UHT milk in Kebumen district with a sample size of 100 respondents. The data collection technique uses a questionnaire. The data analysis used is instrument validity and reliability tests, classical assumption tests, normality tests, multiple linear regression tests, hypothesis tests, and coefficient of determination tests. Data processing tools use SPSS for Windows version 25.0. The research results show that: (1) Healthy Lifestyle has a positive and significant effect on Purchasing Decisions, (2) Product Quality has no significant effect on Purchasing Decisions, (3) Brand Image has a positive and significant effect on Purchasing Decisions, (4) Healthy Lifestyle, Quality Products and Brand Image simultaneously influence purchasing decisions.

Keywords: Healthy Lifestyle, Product Quality, Brand Image, Purchase Decision, Ultra Milk Low Fat High Calcium



HALAMAN MOTTO

“Jadilah baik. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik.”

- QS Al-Baqarah:195

“Tidak ada yang akan menuai kecuali apa yang mereka tabur.”

-QS Al-An'am:164



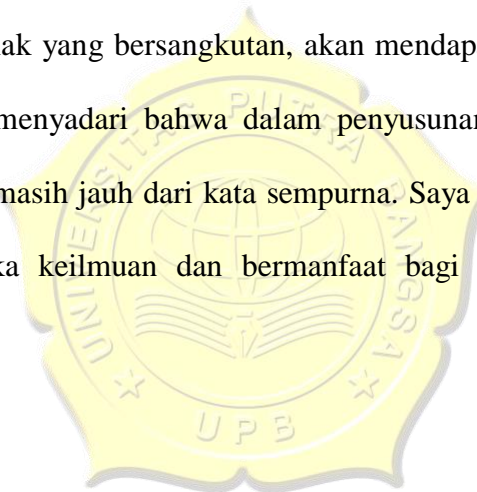
HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, segala puji syukur bagi Allah SWT atas limpahan rahmat, taufiq, hidayah dan inayah-Nya kepada penulis beserta keluarga dan saudara lainnya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua saya, mamah Parti dan bapak Susnaendi. Dua Orang Hebat yang selalu menjadi penyemangat saya, sebagai sandaran terkuat dari kerasnya dunia. Dua Orang Hebat yang tidak ada henti-hentinya memberikan kasih sayang dengan penuh cinta. Terimakasih selalu berjuang untuk kehidupan saya. Terimakasih untuk semuanya, karena berkat doa dan dukungan mamah dan bapak saya bisa berada di titik ini. Sehat selalu untuk Orang Hebat yang sangat saya cintai. Hiduplah lebih lama lagi agar selalu ada disetiap perjalanan dan pencapaian hidup saya. *I love you more* mamah bapak.
2. Bapak Anton Prasetyo, S.E., M.M selaku dosen pembimbing yang selalu sabar dalam membimbing penyusunan skripsi saya.
3. Saudara-saudaraku tercinta, Rifkah Nur Azzah dan Nadhia Putri Hapsari. Terimakasih sudah selalu menyemangati saya dalam proses saya menempuh pendidikan selama ini, terimakasih atas doa dan cinta yang selalu diberikan kepada saya. Tumbuhlah menjadi versi terbaik saudaraku.
4. Sahabat- sahabat saya Rahmah, Nafi, dan Eno dan Septi yang selalu memberikan energi positif dan dukungan tiada henti.

5. Teman-teman seperjuangan MJRE yang solid serta bertekad kuat untuk lulus dan wisuda bersama.
6. Yuli Isnaeningrum, diri saya sendiri, terimakasih karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai dan selalu berusaha untuk kuat dan tidak menyerah. Terima kasih sudah berjuang dan bertahan sampai sejauh ini.
7. Semua pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu.

Semoga segala kebaikan, bantuan, bimbingan, motivasi serta amal yang telah diberikan pihak-pihak yang bersangkutan, akan mendapat balasan kebaikan dari Allah SWT. Saya menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna. Saya berharap skripsi ini dapat menambah pustaka keilmuan dan bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.



KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga dengan pertolongan-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “PENGARUH HEALTHY LIFESTYLE, KUALITAS PRODUK, DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SUSU UHT KEMASAN ULTRA MILK LOW FAT HIGH CALCIUM STUDI PADA MASYARAKAT DI KABUPATEN KEBUMEN”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 di Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen.

Selama penyusunan skripsi ini penulis memperoleh bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Anton Prasetyo, S.E., M.M selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan sampai terselesaikannya skripsi ini.
2. Segenap dosen dan civitas Akademik Universitas Putra Bangsa yang telah membantu dalam penyusunan skripsi.
3. Kedua orang tua tercinta bapak Susnaendi dan mamah Parti atas doa dan dukungannya.
4. Masyarakat di Kabupaten Kebumen yang telah bersedia menjadi responden, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Semua rekan mahasiswa Universitas Putra Bangsa selaku teman seperjuangan.

6. Semua pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Semoga segala kebaikan, bantuan, bimbingan, motivasi serta amal yang telah diberikan pihak-pihak yang bersangkutan, akan mendapat balasan kebaikan dari Allah SWT. Saya menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna. Saya berharap skripsi ini dapat menambah pustaka keilmuan dan bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.



Kebumen, 06 April 2024
Penulis,

Yuli Isnaeningrum
NIM 205504308

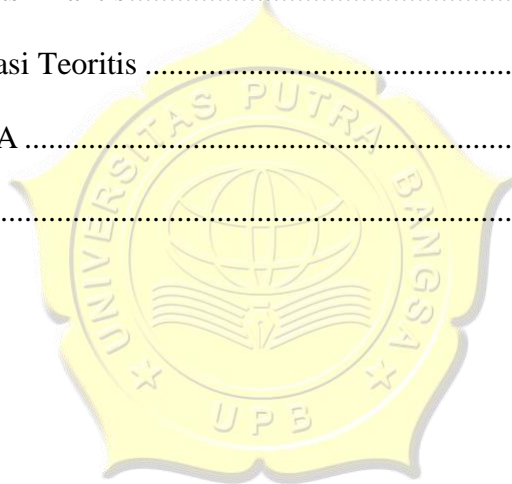
DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN.....	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAKSI.....	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BABI I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1.Latar Belakang Masalah.....	1
1.2.Rumusan Masalah.....	11
1.3.Batasan Masalah.....	12
1.4.Tujuan Penelitian.....	15
1.5.Manfaat Penelitian.....	16
1.1.1 Manfaat Teoritis.....	16

1.1.2 Manfaat Praktis	16
BAB II.....	17
KAJIAN PUSTAKA.....	17
2.1. Tinjauan Teori	17
2.1.1 Keputusan Pembelian	17
2.1.2. <i>Healthy Lifestyle</i>	24
2.1.3. <i>Product Quality</i>	29
2.1.4. <i>Brand Image</i>	31
2.2. Penelitian Terdahulu.....	37
2.3. Hubungan Antar Variabel	41
2.3.1 Hubungan <i>Healthy Lifestyle</i> Terhadap Keputusan Pembelian	41
2.3.2 Hubungan <i>Product Quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	42
2.3.3 Hubungan <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian	42
2.4. Model Empiris.....	43
2.5. Hipotesis.....	44
BAB III	46
METODE PENELITIAN.....	46
3.1. Objek dan Subjek Penelitian	46
3.1.1. Objek Penelitian	46
3.1.2. Subjek Penelitian.....	46
3.2. Variabel Penelitian	46
3.2.1. Variabel Bebas atau Independen Variabel (X).....	46
3.2.1. Variabel Bebas atau Independen Variabel (X).....	47

3.3. Definisi Operasional Variabel	47
3.4. Instrumen atau Alat Pengumpulan Data	50
3.5. Data dan Teknik Pengumpulan Data	52
3.5.1. Jenis Data	52
3.5.2. Teknik Pengumpulan Data	52
3.6. Populasi dan Sampel	54
3.6.1. Populasi	54
3.6.2. Sampel	54
3.7. Teknik Analisis	55
3.7.1. Analisis Deskriptif	56
3.7.2. Analisis Statistik	56
3.7.3. Uji Asumsi Klasik	59
3.7.4 Analisis Regresi Linear Berganda	61
3.7.5 Uji Hipotesis	62
BAB IV	66
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	66
4.1. Gambaran Umum Perusahaan	66
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	66
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	68
4.2. Analisis Deskriptif	69
4.3. Analisis Statistik	73
4.3.1 Uji Instrumen	73
4.3.2 Uji Asumsi Klasik	77

4.3.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	81
4.3.4 Uji Hipotesis.....	83
4.4. Pembahasan.....	87
BAB V.....	94
SIMPULAN.....	94
5.1. Simpulan.....	94
5.2. Keterbatasan.....	95
5.3 Implikasi.....	96
5.3.1. Implikasi Praktis.....	96
5.3.2. Implikasi Teoritis.....	98
DAFTAR PUSTAKA.....	102
LAMPIRAN.....	104



DAFTAR TABEL

Tabel I-1 Kategori Susu Cair dalam Kemasan.....	5
Tabel II- 1 Hasil Observasi Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Susu Ultra Milk <i>Low Fat High Calcium</i> di Kabupaten Kebumen.....	7
Tabel I-II Ringkasan Penelitian Terdahulu	39
Tabel III-1 Distribusi Variabel Keputusan Pembelian.....	48
Tabel III-2 Distribusi Variabel <i>Healthy Lifestyle</i>	49
Tabel III-3 Distribusi Variabel <i>Product Quality</i>	49
Tabel III-4 Distribusi Variabel <i>Brand Image</i>	50
Tabel IV-1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	69
Tabel IV-2 Responden Berdasarkan Usia.....	70
Tabel IV-3 Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	71
Tabel IV- 4 Responden Berdasarkan Pendapatan.....	72
Tabel IV-5 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Healthy Lifestyle</i>	74
Tabel IV- 6 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	75
Tabel IV- 7 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i>	75
Tabel IV- 8 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	76
Tabel IV- 9 Hasil Uji Reliabilitas	77
Tabel IV-10 Hasil Uji Multikolinieritas.....	78
Tabel IV- 11 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	81
Tabel IV- 12 Hasil Uji Parsial.....	84
Tabel IV-13 Hasil Uji Simultan (F)	86
Tabel IV- 14 Hasil Uji Determinasi (R ²).....	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar I- 1 Market Share Ultra Milk.....	6
Gambar II-1 Model Kerangka Penelitian.....	44
Gambar IV-1 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	79
Gambar IV- 2 Hasil Uji Normalitas	80



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Data Responden

Lampiran 3 Tabulasi Data

Lampiran 4. Hasil Uji Validitas

Lampiran 5. Uji Reliabilitas

Lampiran 6. Uji Asumsi Klasik

Lampiran 7. Analisis Regresi Linear Berganda

Lampiran 8. Uji Hipotesis

Lampiran 9 Kartu Konsultasi Skripsi

Lampiran 10 Kartu Tanda Peserta Seminar

