

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT
PEMBELIAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK MINYAK GORENG
MEREK FORTUNE DI SOLO**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)

Pada Program Studi Ekonomi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh:

Jane Evelyn Santosa

NPM: 200325465

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMI

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

2024

Skripsi

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT PEMBELIAN
KONSUMEN TERHADAP PRODUK MINYAK GORENG MEREK FORTUNE DI
SOLO**

Disusun oleh :

Jane Evelyn Santosa

NPM: 200325465

Telah dibaca dan disetujui oleh :

Pembimbing



Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.

Yogyakarta, 16 Juli 2024

Skripsi

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT PEMBELIAN
KONSUMEN TERHADAP PRODUK MINYAK GORENG MEREK FORTUNE DI
SOLO**

yang telah dipersiapkan dan disusun oleh

Jane Evelyn Santosa

NPM: 200325465

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji

pada tanggal 16 Juli 2024

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

sebagai salah satu persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1)

Program Studi Manajemen

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji



Th Diah Widiastuti, SE., M. Si

Anggota Panitia Penguji



Vonezyo Yudiantara Dharomesz, SE., MBA.

Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.

Yogyakarta, 16 Juli 2024

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Wenefrida Mahesti N. Krisjanti, MSc., Ph.D.

DAN EKONOMIKA

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul:

Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Pembelian Konsumen Terhadap Produk Minyak Goreng Merek Fortune di Solo

Benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dan tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan diterbitkan oleh orang lain yang dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan daftar Pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dalam skripsi ini, maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun yang berlaku.

Yogyakarta, Mei 2024

Yang menyatakan

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a star-like symbol at the top.

Jane Evelyn Santosa

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul ‘Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Pembelian Konsumen pada Produk Minyak Goreng Merek Fortune di Solo’. Skripsi ini disusun sebagai bagian dari persyaratan untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi (S1) di Universitas Atmajaya Yogyakarta.

Penulisan skripsi ini tidak terlepas dari berbagai doa, bantuan, bimbingan dan dukungan dari banyak pihak kepada saya sebagai penulis. Oleh karena itu, penulis ingin mengungkapkan rasa terimakasih yang tulus kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus atas berkat, penyertaan dan hikmat yang diberikan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik.
2. Bapak Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA. Selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, saran, semangat, dan membimbing dengan penuh kesabaran dari awal hingga akhir proses penulisan skripsi ini.
3. Papa, Mama, dan Koko yang selalu memberikan doa, dukungan mental, materi dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Kevan Lysander Jiemesha selaku tunangan saya yang telah mendampingi, selalu sabar, menghibur, memberikan semangat, dan dukungan dalam proses penyusunan skripsi ini dari awal hingga selesai dengan baik.
5. Kenzi, Miku, dan Miko yang telah selalu menemani dan menghibur saya dalam penyusunan skripsi.
6. Seluruh Responden yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini dengan meluangkan waktu, mengeluarkan tenaga dan memberikan pengalaman pribadi

yang berharga dalam pengisian kuesioner penelitian sehingga penyusunan skripsi dapat terpenuhi.

7. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per-satu yang telah membantu dan menguatkan dalam proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan guna perbaikan di masa mendatang. Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi kontribusi dalam bidang ilmu ekonomi, terutama dalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi niat pembelian konsumen.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
ABSTRAK	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II DASAR TEORI	12
2.1 Niat Pembelian	12
2.2 Persepsi Kualitas	17
2.3 Loyalitas Merek	23
2.4 Promosi dari Mulut ke Mulut Secara <i>Online</i>	29
2.5 Desain Produk	33
2.6 Kesadaran Merek	36
2.7 Model Penelitian	40
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	42
3.1 Jenis Penelitian.....	42
3.2 Populasi dan Sampel	42
3.3 Teknik Pengumpulan Data	44
3.4 Instrumen Penelitian.....	45
3.5 Operasional Variabel.....	46
3.6 Teknik Analisis Data.....	48
3.6.1 Statistik Deskriptif	48
3.6.2 Uji Instrumen	49
3.7 Alat Analisis.....	51
3.7.1 Structural Equation Modle (SEM) – Partial Least Square (PLS)	51

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	56
4.1 Pengantar.....	56
4.2 Hasil Pengumpulan Data Responden	56
4.2.1 Analisis Responden Berdasarkan Demografis	57
4.2.2 Analisis Responden Berdasarkan Pertanyaan Filter	57
4.3 Hasil Analisis Structural Equation Model (SEM) – Partial Least Square (PLS)	59
4.3.1 Evaluasi Goodness of Fit (Outer Model)	59
4.3.2 Evaluasi Goodness of Fit (Inner Model).....	63
4.4 Pengembangan Hipotesis	65
4.4.1 Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Niat Pembelian Konsumen.....	65
4.4.2 Pengaruh Loyalitas Merek Terhadap Niat Pembelian Konsumen	66
4.4.3 Pengaruh Promosi Dari Mulut Ke Mulut Secara Online Terhadap Niat Pembelian Konsumen.....	67
4.4.4 Pengaruh Desain Produk Terhadap Niat Pembelian Konsumen.....	68
4.4.5 Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Niat Pembelian Konsumen	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	71
5.1 Kesimpulan	71
5.2 Implikasi Manajerial	72
5.3 Keterbatasan Penelitian	75
5.4 Saran Penelitian Selanjutnya.....	77
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Penjualan Minyak Goreng Kemasan di Solo	8
Gambar 2. 1 Gambar Model Penelitian	40
Gambar 4. 1 Struktur Penelitian SmartPLS 4	59
Gambar 4. 2 Model Struktural PLS Algorithm	60

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Skala Likert	46
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel	46
Tabel 3. 3 Penilaian Kelas Interval.....	49
Tabel 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Usia	57
Tabel 4. 2 Responden Yang Pernah Berniat Untuk Membeli Produk Minyak Goreng Fortune	57
Tabel 4. 3 Responden Yang Pernah Membeli Minyak Goreng Merek Fortune	58
Tabel 4. 4 Responden Yang Pernah Menggunakan Minyak Goreng Merek Fortune	58
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Diskriminan (Cross Loading)	60
Tabel 4. 6 Nilai Outer Loading (Loading Factor)	61
Tabel 4. 7 Nilai AVE	62
Tabel 4. 8 Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability	62
Tabel 4. 9 Nilai R-Square	63
Tabel 4. 10 Nilai Effect Size.....	63
Tabel 4. 11 Nilai Path Coefficient, T Statistic, dan P Value.....	64

**Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Pembelian Konsumen terhadap
Produk Minyak Goreng Merek Fortune di Solo**

Disusun Oleh:

Jane Evelyn Santosa

NPM: 200325465

Dosen Pembimbing:

Bapak Drs. C. Jarot Priyogutomo, M.B.A.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi niat pembelian konsumen terhadap produk minyak goreng merek Fortune di Solo. Variabel yang diuji dalam penelitian ini adalah persepsi kualitas, loyalitas merek, promosi dari mulut ke mulut secara *online*, desain produk, dan kesadaran merek. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan survei yang disebarakan melalui *Google Form* yang dibagikan secara *online* kepada pelanggan PT Berhasil. Total responden yang berpartisipasi sebanyak 202, dengan 197 tanggapan yang valid. Data yang sudah terkumpul diolah menggunakan SmartPLS dengan model SEM.

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel persepsi kualitas, loyalitas merek, dan kesadaran merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat pembelian konsumen, sehingga hipotesis terkait ketiga variabel ini diterima. Sebaliknya, variabel promosi dari mulut ke mulut secara *online* dan desain produk tidak terbukti berpengaruh signifikan

terhadap niat pembelian, sehingga hipotesis terkait kedua variabel ini ditolak.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa untuk meningkatkan niat pembelian konsumen terhadap produk minyak goreng merek Fortune, Produsen ataupun distributor perlu fokus pada peningkatan persepsi kualitas, loyalitas merek, dan kesadaran merek. Strategi promosi dari mulut ke mulut secara *online* dan desain produk perlu dievaluasi kembali untuk mengetahui faktor lain yang mungkin lebih efektif dalam mempengaruhi niat pembelian konsumen.

Kata kunci: Niat Pembelian, Persepsi Kualitas, Loyalitas Merek, Promosi dari Mulut ke Mulut, Desain Produk, Kesadaran Merek, Minyak Goreng, Fortune