

**PENGARUH GAYA HIDUP SEHAT, PENGETAHUAN PRODUK,
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP NIAT BELI *SORBET*
GHIACCIO**



OLEH

HARVEY HARIYANTO
1723018012

FAKULTAS KEWIRAUSAHAAN
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2021

PENGARUH GAYA HIDUP SEHAT, PENGETAHUAN PRODUK,
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP NIAT BELI *SORBET GHIACCIO*

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS KEWIRAUSAHAAN

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Bisnis

Fakultas Kewirausahaan

OLEH :

HARVEY HARIYANTO

1723018012

FAKULTAS KEWIRAUSAHAAN
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA

2021

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan sebagai mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Harvey Hariyanto

NRP : 1723018012

Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup Sehat, Pengetahuan Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Niat Beli *Sorbet* Ghiaccio.

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan plagiarism, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Kewirausahaan Univeristas Katolik Widya Mandala Surabaya

Surabaya, 18 November 2021

Yang Menyatakan,



Harvey Hariyanto

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH

Demu perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas
Katolik Widya Mandala Surabaya:

Nama: Harvey Haryanto
NRP: 1723018012

Menyetujui karya ilmiah saya,

Judul: Pengaruh Gaya Hidup Sehat, Pengetahuan Produk, dan Persepsi Harga
terhadap Niat Beli Sorbet Ghiaccio.

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet / di media lain (Digital Library
Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan
akademik sesuai dengan undang-undang hak cipta.

Demikianlah pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan
sebenarnya.

Surabaya, 15 Desember 2021

Yang menyatakan,



Harvey Haryanto

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH GAYA HIDUP SEHAT, PENGETAHUAN PRODUK,
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP NIAT BELI *SORBET*
GHIACCIO

Oleh :

Harvey Hariyanto

1723018012

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan

Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dr. Diah Tulipa, M.M.

Tanggal: 18 November 2021.

Pembimbing II,



Andy Pratama Sulisty, SM., M.SM

Tanggal: 18/11/2021

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Harvey Haryanto NRP : 1723018012, telah diuji pada tanggal ~~3 Desember 2021~~ dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji,



Dr. Diah Tulipa, M.M.

Mengetahui

Ketua Prodi,



Aldo Hardi Sancoko, S.E., M.M.
NIK 172.180.997

Dekan,

Dr. Diah Tulipa, M.M.
NIK 172.02.0543

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya telah melimpahkan karunia-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan laporan skripsi yang berjudul “Pengaruh Gaya Hidup Sehat, Pengetahuan Produk, dan Persepsi Harga terhadap Niat Beli *Sorbet Ghiaccio*” dengan baik. Penulis juga ingin berterima kasih karena telah mendapat banyak dukungan dan bimbingan dari banyak pihak sehingga penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik untuk memenuhi syarat kelulusan Fakultas Kewirausahaan, Jurusan Kewirausahaan, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada yang terhormat:

1. Ibu Dr. Diyah Tulipa, M.M. selaku Dekan Fakultas Kewirausahaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya serta Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk membimbing penulis.
2. Bapak Aldo Hardi Sancoko, S.E.,M.M. selaku Wakil Dekan Fakultas Kewirausahaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak Andy Pratama Sulisty, SM.,M.SM. selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk membimbing penulis.
4. Kepada Dosen dan Karyawan dan seluruh Staff Tata Usaha Fakultas Kewirausahaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memberikan informasi guna kelancaran pengumpulan laporan skripsi.
5. Kepada ayah penulis yang telah memberikan banyak sekali dukungan, doa, cinta kasih, dalam penyusunan laporan skripsi ini dan dalam masa studi yang telah tempuh selama ini.
6. Kepada ibu penulis yang telah memberikan banyak sekali dukungan, doa, cinta kasih, dalam penyusunan laporan skripsi ini dan dalam masa studi yang telah tempuh selama ini.
7. Kepada adik penulis yang telah memberikan banyak sekali dukungan, doa, cinta kasih, dalam penyusunan laporan skripsi ini dan dalam masa studi yang telah tempuh selama ini.
8. Kepada teman-teman yang senantiasa membantu penulis dalam menyelesaikan laporan penulisan skripsi tugas akhir ini, terima kasih atas doa, dukungan, dan saran yang diberikan.

Akhir kata, mengingat keterbatasan yang dimiliki oleh penulis dalam menyelesaikan laporan skripsi yang jauh dari sempurna ini. Oleh karena itu segala kritik dan saran yang sifatnya membangun akan penulis terima dengan senang hati. Penulis berharap semoga laporan skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi para pembaca.

Surabaya, 18 November 2021

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Harvey Hariyanto', with a horizontal line underneath it.

Penulis,

(Harvey Hariyanto)

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN.....	vii
ABSTRAK.....	viii
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian.....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
1.6 Sistematika Penulisan.....	9
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKAAN DAN PENGEMBANGAN HIPOTENSI	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Landasan Teori.....	12
2.2.1. Niat Beli.....	12
2.2.2. Gaya Hidup Sehat.....	15
2.2.3. Pengetahuan Produk.....	17
2.2.4 Persepsi Harga.....	18
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	20
2.3.1. Pengaruh Gaya Hidup Sehat Terhadap Niat Beli.....	20
2.3.2. Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Niat Beli.....	20
2.3.3. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Niat Beli.....	21
2.4 Kerangka/Model Konseptual.....	21
2.5 Hipotesis.....	22
BAB 3. METODE PENELITIAN	
3.1. Desain Penelitian.....	23
3.2. Obyek Penelitian.....	23
3.3. Populasi & Sampel.....	23
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	24
3.5. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	25
3.5.1. Variabel Penelitian.....	25
3.5.2. Definisi Operasional.....	25
3.6. Pengujian Data.....	27

3.6.1. Uji Deskriptif.....	27
3.6.2. Uji Validitas.....	28
3.6.3. Uji Realibilitas.....	28
3.6.4. Uji Asumsi.....	29
3.6.5. Uji Model.....	30
3.6.6. Uji Hipotesis.....	30
3.6.6.1. Rumus Persamaan Regresi Berganda.....	31
BAB 4. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	
4.1 Penyebaran dan Pengembalian Kuesioner.....	32
4.2 Karakteristik Konsumen.....	33
4.3 Hasil Pengujian Kualitas Data.....	37
4.3.1. Hasil Uji Validitas dan Realibilitas.....	37
4.3.2. Hasil Uji Asumsi.....	42
4.3.3. Hasil Uji Model.....	46
4.3.4. Hasil Uji Hipotesis.....	47
4.4 Analisis Regresi Berganda.....	49
4.5. Pembahasan.....	52
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	55
5.2 Saran.....	55
5.2.1. Saran Akademis.....	55
5.2.2. Saran Praktis.....	56
5.2.3. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya.....	56
5.3. Keterbatasan Penelitian.....	56
DAFTAR PUSTAKA.....	58

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Konsumsi Es Krim per Kapita di Asia Tenggara Tahun 2017.....	2
Tabel 1.2. Pertumbuhan Pasar Es Krim di Asia Tenggara.....	2
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....	10
Tabel 4.1. Pembagian Kuesioner.....	32
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	33
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	33
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	34
Tabel 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	35
Tabel 4.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	35
Tabel 4.7. Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian.....	36
Tabel 4.8. Karakteristik Responden Berdasarkan Produk Sehat.....	36
Tabel 4.9. Karakteristik Responden Berdasarkan Merek yang Disukai.....	37
Tabel 4.10. Hasil Uji Validitas Variabel Gaya Hidup Sehat.....	38
Tabel 4.11. Hasil Uji Validitas Variabel Pengetahuan Produk.....	39
Tabel 4.12. Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Harga.....	40
Tabel 4.13. Hasil Uji Validitas Variabel Niat Beli.....	41
Tabel 4.14. Hasil Uji Realibilitas.....	42
Tabel 4.15. Statistik Uji Normalitas	44
Tabel 4.16. Uji Multikolinieritas.....	46
Tabel 4.17. Uji Model F.....	47
Tabel 4.18. Pengujian Hipotesis.....	48
Tabel 4.19. Analisis Regresi Berganda.....	50
Tabel 4.20. Koefisien Determinasi.....	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Siklus Industri Eskrim Massal (2019).....	3
Gambar 1.2. Siklus Industri Eskrim Gerai (2019).....	4
Gambar 1.3. Tren Gaya Hidup Sehat (2021).....	4
Gambar 1.4. Tren Makanan Sehat (2021).....	5
Gambar 2.1, Model Konseptual.....	21
Gambar 4.1. Grafik 1 Uji Normalitas.....	43
Gambar 4.2. Grafik 2 Uji Normalitas.....	43
Gambar 4.3. Uji Heterokedastisitas.....	45

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Pertanyaan Kuesioner.....	61
Lampiran 2 : Hasil Kuesioner.....	65
Lampiran 3 : Karakteristik Responden.....	95
Lampiran 4 : Uji Validitas.....	98
Lampiran 5 : Uji Realibilitas.....	100
Lampiran 6 : Uji Asumsi Klasik.....	102
Lampiran 7 : Uji F dan Uji t.....	106
Lampiran 8 : Tabel R.....	107
Lampiran 9 : Tabel t.....	108
Lampiran 10 : Tabel F.....	109

PENGARUH GAYA HIDUP SEHAT, PENGETAHUAN PRODUK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP NIAT BELI *SORBET* GHIACCIO

ABSTRAK

Pandemi Covid-19 membuat masyarakat cenderung selektif dalam memilih asupan makanan salah satunya dalam memilih makanan penutup atau *dessert*. Saat ini, perusahaan berlomba-lomba untuk membuat suatu produk yang menyesuaikan dengan kondisi saat ini, disamping itu masyarakat juga sudah mengubah gaya hidup mereka yang dahulunya lebih konsumtif dalam hal makanan, sekarang menjadi gaya hidup sehat dan perusahaan sadar dan paham betul akan hal tersebut, dilain sisi juga masyarakat lebih memilih untuk membeli produk apabila mereka telah memiliki pengetahuan produk itu terlebih dahulu, seperti produk tersebut apa, harganya berapa, manfaatnya apa saja, dan sebagainya. Juga tak dipungkiri bahwa persepsi harga sampai saat ini juga menjadi salah satu yang terutama dalam calon konsumen untuk melakukan niat beli suatu produk. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah gaya hidup sehat, pengetahuan produk, dan persepsi harga berpengaruh terhadap niat beli *sorbet* Ghiaccio. Penelitian ini menggunakan 145 responden dimana data diperoleh dari kuesioner yang disebarakan secara online melalui google form. Data tersebut kemudian diolah menggunakan *software* SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*). Hasil pengolahan SPSS menunjukkan bahwa gaya hidup sehat, pengetahuan produk dan persepsi harga berpengaruh secara positif terhadap niat beli *sorbet* Ghiaccio. Melalui penelitian ini diharapkan bahwa Ghiaccio dapat memaksimalkan variabel gaya hidup sehat, pengetahuan produk, dan persepsi harga agar dapat meningkatkan niat beli calon konsumennya.

Kata Kunci : Gaya Hidup Sehat, Pengetahuan Produk, Persepsi Harga, Niat Beli.

THE EFFECTS OF HEALTHY LIFESTYLE, PRODUCT KNOWLEDGE,
AND PRICE PERCEPTION ON PURCHASE INTENTION ON
GHIACCIO SORBET

ABSTRACT

The Covid-19 pandemic makes people tend to be selective in choosing food , such as desserts. Currently, companies are competing to make a product that adapts to current conditions, besides that people have also changed their previous lifestyle. more consumptive in terms of food, now it is a healthy lifestyle and companies are aware and understand this very well, on the other hand people also prefer to buy products if they already have knowledge of the product beforehand, what kind of product is it, what is the price, what are the benefits course, and so on. It is also undeniable that the perception of price to date has also become one of the most important factors in prospective consumers to purchase a product. This study was conducted to determine whether a healthy lifestyle, product knowledge, and price perception affect the purchase intention of Ghiaccio sorbet. This study used 145 respondents where the data were obtained from questionnaires distributed online via google form. The data is then processed using SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) software. The results of SPSS processing showed that a healthy lifestyle, product knowledge and price perception had a positive effect on the purchase intention of Ghiaccio sorbet. Through this research, it is expected that Ghiaccio can maximize the variables of healthy lifestyle, product knowledge, and price perception in order to increase the purchase intention of prospective consumers.

Keywords: *Healthy Lifestyle, Product Knowledge, Price Perception, and Purchase Intentions.*