

**PENGARUH *INTEREST, SELF EFFICACY,*  
*HEALTH ORIENTATION* TERHADAP  
*PURCHASE INTENTION* PADA  
PRODUK NUTRIBIT**



OLEH:

HENDRA WIJAYA  
1723020016

FAKULTAS KEWIRAUSAHAAN  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2024

PENGARUH *INTEREST*, *SELF EFFICACY*,  
*HEALTH ORIENTATION* TERHADAP  
*PURCHASE INTENTION* PADA  
PRODUK NUTRIBIT

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS KEWIRAUSAHAAN  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Bisnis  
Fakultas Kewirausahaan

OLEH :

HENDRA WIJAYA  
1723020016

FAKULTAS KEWIRAUSAHAAN  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2024

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Hendra Wijaya NRP: 1723020016  
Telah diuji pada tanggal 10 Januari 2024 dan dinyatakan lulus oleh Tim  
Penguji.

Ketua Tim Penguji,



Andy Pratama Sulistyo, S.M., M.S.M.  
NIK. 172180990

Mengetahui:

Dekan,



Ketua Prodi,



Aldo Hardi Sancoko SE, MM.  
NIK 172.18.0997

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, sebagai mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hendra Wijaya

NRP : 1723020016

Judul Skripsi : Pengaruh *Interest, Self Efficacy, Health Orientation* terhadap *Purchase Intention* pada Produk NUTRIBIT

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

Surabaya, 5 Januari 2024

Yang Menyatakan,



Hendra Wijaya

**HALAMAN PERSETUJUAN**

SKRIPSI

**PENGARUH *INTEREST, SELF EFFICACY, HEALTH ORIENTATION* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA  
PRODUK NUTRIBIT**

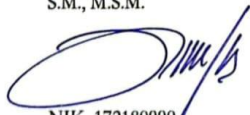
Oleh:

Hendra Wijaya  
1723020016

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan


Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,  
Andy Pratama Sulistyio,  
S.M., M.S.M.



NIK. 172180990  
Tanggal: 5/Jan/2024

Pembimbing II,  
Yan Christianto Setiawan, SE.,  
M,Ak.



NIK. 172.18.0989  
Tanggal: 5 Januari 2024

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan penelitian dan penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh *Interest, Self Efficacy, Health Orientation* terhadap *Purchase Intention* pada Produk NUTRIBIT”. Penelitian ini dilakukan untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Bisnis dan menyelesaikan program studi di Fakultas Kewirausahaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Peneliti menyadari bahwa tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik atas dukungan dari banyak pihak. Maka dari itu peneliti ingin menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Diyah Tulipa, M.M. selaku Dekan Fakultas Kewirausahaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya serta dosen pendamping akademik yang telah mengarahkan peneliti dari awal masa perkuliahan.
2. Bapak Aldo Hardi Sancoko, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan Fakultas Kewirausahaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak Andy Pratama Sulisty, S.M., M.S.M. selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dari awal penyusunan skripsi.
4. Bapak Yan Christianto Setiawan, SE., M.Ak. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan berbagai pengalaman kepada penulis.
5. Seluruh dosen dan tenaga pendidik Fakultas Kewirausahaan yang telah membagikan materi perkuliahan dan informasi yang mendukung penyelesaian tugas akhir.
6. Kedua orang tua peneliti yang telah memberikan banyak dukungan dan doa.
7. Dhewa Christian Rinandhy, Marcella Rebecca, Yoane Deanita selaku teman-teman yang telah memberikan banyak bantuan dan dukungan selama masa studi dan penyusunan tugas akhir.
8. Diri sendiri yang sudah berjuang, tidak menyerah, dan konsisten dalam menempuh program studi dan menyelesaikan tugas akhir.
9. Pihak-pihak lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terima kasih atas dukungannya.

Peneliti menyadari masih banyak kekurangan dalam tugas akhir ini. Maka dari itu peneliti membutuhkan saran dan kritik yang

membangun agar tugas akhir ini bisa menjadi lebih baik lagi. Akhir kata, semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang memerlukannya.

Surabaya, 5 Januari 2024  
Peneliti,



Hendra Wijaya  
NRP 1723020016

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH .....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
<i>ABSTRACT</i> .....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB 1. PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian .....	6
1.4. Tujuan Penelitian.....	6
1.5. Manfaat Penelitian.....	7
1.6. Sistematika Penulisan.....	7
BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN .....	8
2.1. Penelitian Terdahulu .....	8
2.2. Landasan Teori .....	13
2.2.1. <i>Interest In Healthy Drink</i> .....	13
2.2.2. <i>Self Efficacy</i> .....	15
2.2.3. <i>Health Orientation</i> .....	17
2.2.4. <i>Purchase Intention</i> .....	18
2.3. Hubungan Antar Variabel.....	19
2.3.1. Hubungan antara <i>Interest In Healthy Drink</i> dengan <i>Purchase Intention</i> .....	19
2.3.2. Hubungan antara <i>Self Efficacy</i> dengan <i>Purchase Intention</i> .....	19
2.3.3. Hubungan antara <i>Health Orientation</i> dengan <i>Purchase Intention</i> .....	20
2.4. Kerangka Penelitian .....	20
2.5. Pengembangan Hipotesis.....	21



BAB 3. METODE PENELITIAN .....	22
3.1. Desain Penelitian .....	22
3.2. Obyek Penelitian .....	22
3.3. Populasi dan Sampel .....	23
3.3.1. Populasi .....	23
3.3.2. Sampel .....	23
3.4. Metode Pengumpulan Data .....	23
3.5. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	24
3.5.1. Variabel Penelitian .....	24
3.5.2. Definisi Operasional Variabel .....	24
3.5.2.1. <i>Interest In Healthy Drink</i> .....	24
3.5.2.2. <i>Self Efficacy</i> .....	25
3.5.2.3. <i>Health Orientation</i> .....	25
3.5.2.4. <i>Purchase Intention</i> .....	26
3.6. Statistik Deskriptif dan Skala Pengukuran Data .....	26
3.6.1. Statistik Deskriptif .....	26
3.6.2. Skala Pengukuran Data .....	26
3.7. Teknik Analisis Data .....	27
3.7.1. Uji Normalitas dan <i>Outlier</i> .....	27
3.7.2. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	27
3.7.2.1. Uji Validitas .....	27
3.7.2.2. Uji Reliabilitas .....	28
3.7.3. Uji Asumsi .....	28
3.7.3.1. Uji Multikolinearitas .....	28
3.7.3.2. Uji Heteroskedastisitas .....	29
3.7.4. Uji Model .....	29
3.7.5. Uji Hipotesis .....	30
BAB 4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	32
4.1. Penyebaran dan Pengembalian Kuesioner .....	32
4.2. Gambaran Umum Responden .....	32
4.3. Hasil Uji Deskriptif Data .....	37
4.4. Hasil Uji Analisis Data .....	42
4.4.1. Hasil Uji Normalitas .....	42
4.4.2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	43
4.4.3. Hasil Uji Asumsi .....	46

4.4.3.1. Hasil Uji Multikolinearitas .....	46
4.4.3.2. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	46
4.4.4. Hasil Uji Model.....	47
4.4.5. Hasil Uji Hipotesis .....	48
4.5. Pembahasan.....	51
4.5.1. Pengaruh <i>Interest In Healthy Drink</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	51
4.5.2. Pengaruh <i>Self Efficacy</i> terhadap <i>Purchase</i> <i>Intention</i> .....	52
4.5.3. Pengaruh <i>Health Orientation</i> terhadap <i>Purchase</i> <i>Intention</i> .....	53
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN.....	55
5.1. Kesimpulan.....	55
5.2. Saran .....	55
5.2.1. Saran Akademis .....	55
5.2.2. Saran Praktis .....	55
5.3. Keterbatasan Penelitian .....	56
DAFTAR PUSTAKA .....	57
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Perbandingan Antara Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang.....	9
Tabel 4.1. Data Responden yang Diolah.....	32
Tabel 4.2. Jenis Kelamin Responden.....	33
Tabel 4.3. Usia Responden.....	33
Tabel 4.4. Domisili Responden.....	33
Tabel 4.5. Profesi.....	34
Tabel 4.6. Pendapatan per Bulan Responden.....	35
Tabel 4.7. Data Konsumsi Minuman Kesehatan.....	35
Tabel 4.8. Data Konsumsi Suplemen Kesehatan.....	36
Tabel 4.9. Budget yang dikeluarkan Untuk Membeli Minuman Atau Suplemen Kesehatan.....	36
Tabel 4.10. Data Penyakit yang Diderita Responden.....	37
Tabel 4.11. Kriteria Interval Skala Likert.....	38
Tabel 4.12. Uji Deskriptif Variabel X1 ( <i>Interest In Healthy Drink</i> ).....	38
Tabel 4.13. Uji Deskriptif Variabel X2 ( <i>Self Efficacy</i> ).....	39
Tabel 4.14. Uji Deskriptif Variabel X3 ( <i>Health Orientation</i> ).....	40
Tabel 4.15. Uji Deskriptif Variabel Y ( <i>Purchase Intention</i> ).....	41
Tabel 4.16. Hasil Uji Normalitas.....	43
Tabel 4.17. Hasil Uji Validitas.....	43
Tabel 4.18. Hasil Uji Validitas Setelah Dihapus.....	44
Tabel 4.19. Hasil Uji Reliabilitas.....	45
Tabel 4.20. Hasil Uji Multikolinearitas.....	46
Tabel 4.21. Hasil Uji Model (Koefisien Determinasi).....	48
Tabel 4.22. Hasil Uji Model (Uji F).....	48
Tabel 4.23. Hasil Uji Hipotesis.....	49
Tabel 4.24. Hasil Penerimaan Hipotesis.....	50

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Rata-rata Konsumsi Minuman Kesehatan di Kota Surabaya .....	2
Gambar 2.1. Kerangka Penelitian.....	20
Gambar 4.1. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	47

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1: Kuesioner
- Lampiran 2: Data Penelitian
- Lampiran 3: Uji Normalitas
- Lampiran 4: Uji Validitas
- Lampiran 5: Uji Reliabilitas
- Lampiran 6: Uji Regresi

## **ABSTRACT**

*Internationally, there is increasing recognition of the importance of proper dietary values, balanced intake of healthy food products, and obesity control levels of information on fat and calorie content. In this context, some beverage manufacturers have turned to marketing their products as having fewer calories and more functional benefits.*

*This research aims to prove the influence of Interest in Healthy Drink, Self Efficacy, and Health Orientation on Purchase Intention for NUTRIBIT products. This research is quantitative research with a purposive sampling technique. The sample from this research was 169 people who lived in the cities of Surabaya and Sidoarjo, were aged 18 - 65 years, and had never purchased NUTRIBIT products. Data collection was carried out via Google fForms. The collected data was analyzed using multiple linear regression with IBM SPSS Statistics 26 software. The collected data was then tested using normality tests, outliers, validity and reliability tests, and assumption tests with multicollinearity tests and heteroscedasticity tests. The results of this research show that the Interest In the Healthy Drink variable has a positive and significant effect on Purchase Intention. In contrast, Self Efficacy and Health Orientation have a positive and significant effect on Purchase Intention being rejected. It is hoped that this research can provide additional information for researchers on similar topics and NUTRIBIT business development.*

*(Keywords: Interest In Healthy Drink, Self Efficacy, Health Orientation, Purchase Intentions)*

## ABSTRAK

Secara internasional, semakin banyak pengakuan akan pentingnya nilai-nilai pola makan yang tepat, asupan produk makanan sehat yang seimbang, dan tingkat pengendalian obesitas informasi tentang kandungan lemak dan kalori. Dalam konteks ini, beberapa produsen minuman telah beralih ke memasarkan produk mereka karena memiliki lebih sedikit kalori dan lebih banyak manfaat fungsional.

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan pengaruh *Interest In Healthy Drink*, *Self Efficacy*, *Health Orientation* terhadap *Purchase Intention* pada produk NUTRIBIT. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Sampel dari penelitian ini adalah 169 orang yang tinggal di kota Surabaya dan Sidoarjo, berusia 18 - 65 tahun, dan belum pernah membeli produk NUTRIBIT. Pengumpulan data dilakukan melalui *Google form*. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan regresi liner berganda dengan *software* IBM SPSS Statistic 26. Data yang terkumpul kemudian diuji menggunakan uji normalitas, outlier, uji validitas dan reliabilitas, dan uji asumsi dengan uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Interest In Healthy Drink* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase Intention* diterima, sedangkan *Self Efficacy* dan *Health Orientation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase Intention* ditolak. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi tambahan bagi peneliti dengan topik serupa dan pengembangan bisnis NUTRIBIT.

(Kata Kunci: *Interest In Healthy Drink*, *Self Efficacy*, *Health Orientation*, *Purchase Intentions*)