

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, GAYA HIDUP DAN *GREEN PRODUCT*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Pada Produk Mie Instan Lemonilo)**



SKRIPSI

**Skripsi diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Manajemen S1**

NUR BAITY SHOFIYAH

2002010352

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2025**

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, GAYA HIDUP DAN *GREEN PRODUCT* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Studi Pada Produk Mie Instan Lemonilo)



SKRIPSI

Oleh:

Nur Baity Shofiyah

2002010352

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui oleh dosen pembimbing

skripsi yang bertanda tangan dibawah ini:

Pembimbing:



Dr. Erny Rachmawati S.E., M.M

NIK . 2160122




HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh :

Nama : Nur Baity Shofiyah
NIM : 2002010352
Prodi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul : Pengaruh *Brand Image*, Gaya Hidup dan Green Product Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Produk Mie Instan Lemonilo)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) Fakultas Ekonomi dan Bisnis , Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

DEWAN PENGUJI

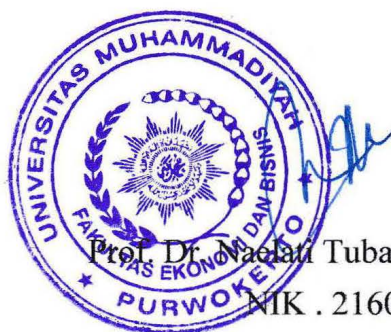
Ketua : Dr. Erny Rachmawati S.E., M.M. ()
Anggota 1 : Dra. Tri Septin Muji R, S.E., M.Si ()
Anggota 2 : Hengky Widhiandono, S.E., M.Si., Ph.D ()

Ditetapkan di : Purwokerto

Tanggal : 24 Januari 2025

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Prof. Dr. Maedani Tubastuvi, SE., M.Si
NIK . 2160187

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nur Baity Shofiyah
NIM : 2002010352
Prodi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya, dan semua sumber baik yang saya kutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain.

Dengan pernyataan ini saya buat, apabila kelak dikemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 24 Januari 2025

Yang membuat pernyataan,



Nur Baity Shofiyah

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan , saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nur Baity Shofiyah
NIM : 2002010352
Prodi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Jenis Karya : Skripsi

Menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**PENGARUH BRAND IMAGE, GAYA HIDUP DAN GREEN PRODUCT
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Pada Produk Mie Instan Lemonilo)**

Bersama perangkat yang ada (jika diperlukan) dengan hak bebas royalti Non Eksklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalihmedia/mengalihformatkan , mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Purwokerto

Pada tanggal : 24 Januari 2025

Yang Menyatakan



Nur Baity Shofiyah

v

HALAMAN MOTTO

“ Sesungguhnya Bersama Kesulitan Ada Kemudahan ”

(Q.S Al-Insyirah:5)

“ Boleh jadi kita membenci sesuatu padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi pula kamu menyukai sesuatu padahal ia amat buruk bagimu, Allah mengetahui sedang kamu tidak mengetahui”

(Q.S Al-Baqarah:216)

“Terlambat bukan berarti gagal, cepat bukan berarti hebat , terlambat bukan menjadi alasan untuk menyerah, setiap orang memiliki proses yang berbeda, karena Allah telah mempersiapkan hal baik dibalik kata proses yang kau anggap rumit ”

”Orang lain ngga akan paham struggle dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin tahu hanya bagian success stories. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupunpun gak ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita dimasa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini, tetap berjuang ya!”

-SKRIPSI-

PERSEMBAHAN

~be kind, be humble, be love~

Alhamdulillahirabbil ‘alamin, karya ini merupakan bentuk rasa syukur saya kepada Allah SWT yang telah memberikan nikmat karunia pertolongan yang tiada henti hingga saat ini.

Karya ini saya persembahkan sebagai hadiah kecil tanda bukti kebanggaan, sayang dan cinta yang tiada terhingga kepada kedua orang tua tercinta, Bapak Yusup dan Ibu Siti Surifah yang telah memberikan kasih sayang, cinta, doa, dukungan dan motivasi. Menjadi suatu kebanggaan memiliki orang tua yang mendukung anaknya untuk mencapai cita-cita dan mendukung serta menemani setiap langkahnya. Tanpa adanya motivasi dan semangat dari kalian mungkin saya tidak akan mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Semoga kesuksesan ini menjadi langkah awal menuju masa depan yang lebih cerah.

KATA PENGANTAR

Segala puji Syukur atas kehadiran Allah SWT, atas berkat dan rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand Image*, Gaya Hidup dan *Green Product* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Produk Mie Instan Lemonilo)”. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

Terselesaikan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak, sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar – besarnya bagi semua pihak yang telah memberikan bantuan moril maupun materil baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyusunan skripsi ini, terutama kepada:

1. Assoc. Prof. Dr. Jebul Suroso, S. Kp., Ns., M. Kep, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
2. Prof. Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya.
3. Drs. Suyoto, M.Si, Ph. D, selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya.

4. Dr. Fatmah Bagis, S.E., M. Si, selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan, memotivasi dan membimbing sejak awal perkuliahan sebagai mahasiswa baru hingga penyusunan skripsi ini.
5. Dr. Erny Rachmawati S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, mengarahkan dan memberi masukan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat pada waktunya sesuai apa yang diharapkan serta rasa hormat dan bangga bisa berkesempatan menjadi mahasiswi bimbingan ibu.
6. Dra. Tri Septin Muji R, S.E., M.Si, selaku Dosen Penguji yang telah memberikan berbagai masukan, saran dan kritikan untuk menguji kelayakan saya sebagai sarjana Manajemen.
7. Hengky Widhiandono, S.E., M.Si., Ph.D, selaku Dosen Penguji yang telah memberikan berbagai masukan, saran dan kritikan untuk menguji kelayakan saya sebagai sarjana Manajemen.
8. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan seluruh Staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan tenaga selama ini dan segala bantuan serta fasilitas yang diberikan.
9. Kepada kedua orang tua tercinta Bapak Yusup dan Ibu Siti Surifah. Terimakasih selalu menjadi penyemangat saya serta menjadi sandaran terkuat untuk saya. Terimakasih untuk cinta, kasih sayang, doa, serta dukungan baik moril maupun material.
10. Kepada kakak – kakak tercinta Amar Sidiq, Ageng Nugraheni, Rizal Razib, Nurani Eka dan Jundy Amrulloh. Terimakasih atas segala dukungan, doa dan motivasi yang diberikan.
11. Kepada keponakan – keponakan tercinta Mba Bilqis, Kak Atha, Dek Shina dan Dek Bilal. Terimakasih sudah menjadi support system dan penyemangat selama proses penulisan skripsi ini
12. Kepada sahabat saya Nur Amelya, Jumrotul Azizah dan Ana Aulia Rahmah. Terimakasih sudah mendengarkan keluh kesah dan memberikan dukungan serta menemani dalam setiap proses perkuliahan saya.

13. Semua teman-teman yang tidak bisa disebutkan satu per satu. Terimakasih yang sudah membantu, memberikan motivasi, serta dukungan selama proses penulisan skripsi ini.
14. Terakhir untuk diri saya sendiri, Nur Baity Shofiyah. Terimakasih telah berjuang melewati prosesnya karena tidak ada hasil yang indah tanpa adanya proses yang sulit. Terimakasih atas kerja keras dan semangatnya. Terimakasih karena tidak pernah menyerah dan selalu yakin bahwa mampu menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Akhir kata, hanya kepada Allah SWT penulis berdo'a semoga pihak – pihak yang telah memberikan semangat dan motivasi kepada penulis, menjadi amal ibadah dan diberikan pahala yang berlipat ganda dari Allah SWT. Tentunya skripsi ini masih belum sempurna, oleh karena itu kritik dan saran sangat penulis harapkan. Besar harapan penulis akan karya yang sangat sederhana ini dapat bermanfaat bagi penulis dan semua pembaca. Aamiin.

Purwokerto, 24 Januari 2025

Nur Baity Shofiyah

**PENGARUH BRAND IMAGE, GAYA HIDUP DAN GREEN PRODUCT
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Pada Produk Mie Instan Lemonilo)**

Nur Baity Shofiyah¹, Dr. Erny Rachmawati S.E., M.M²

Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis^{(1) (2)}

Universitas Muhammadiyah Purwokerto^{(1) (2)}

nurbaityshofiyah108@gmail.com¹ ernyrachmawati67@gmail.com²

ABSTRAK

Tujuan pada penelitian ini yaitu untuk menganalisis pengaruh *brand image*, gaya hidup dan *green product* terhadap keputusan pembelian pada konsumen mie instan Lemonilo. Pada penelitian ini instrument utama pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan bentuk skala *likert* lima poin. Sampel pada penelitian ini yaitu konsumen yang pernah melakukan pembelian di toko modern dan atau swalayan yang berada di Purwokerto sebanyak minimal dua kali dan mencoba mie instan Lemonilo sejumlah 114 responden dengan menggunakan *purposive sampling* sebagai teknik *sampling*. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS versi 26. Hasil pada penelitian ini yaitu 1) *Brand image* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada konsumen mie instan Lemonilo, 2) Gaya hidup berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada konsumen mie instan Lemonilo, 3) *Green product* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada konsumen mie instan Lemonilo.

Kata kunci: *brand image*, gaya hidup, *green product*, keputusan pembelian

**THE EFFECT OF BRAND IMAGE, LIFESTYLE AND GREEN
PRODUCTS ON PURCHASING DECISIONS**

(Study on Lemonilo instant Noodle Products)

Nur Baity Shofiyah¹, Dr. Erny Rachmawati S.E., M.M²

Management Studies Program S1 Faculty of Economics and Business^{(1) (2)}

Universitas Muhammadiyah Purwokerto^{(1) (2)}

nurbaityshofiyah108@gamil.com¹ ernyrachmawati67@gmail.com²

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze the influence of brand image, lifestyle and green products on purchasing decisions for Lemonilo instant noodle consumers. In this study, the main instrument for data collection used a questionnaire with a five-point Likert scale. The sample in this study were consumers who had made purchases at modern stores and/or supermarkets in Purwokerto at least twice and tried Lemonilo instant noodles, totaling 114 respondents using purposive sampling as a sampling technique. The data analysis are used multiple linear regression analysis with the help of SPSS version 26. The results of this research are 1) Brand image has a positive effect on purchasing decisions for Lemonilo instant noodle consumers, 2) Lifestyle has a positive effect on purchasing decisions for Lemonilo instant noodle consumers, 3) Green products have no effect on purchasing decisions for Lemonilo instant noodle consumers.

Keywords: *brand image, lifestyle, green products, purchasing decisions*

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK.....	xi
ABSTRACT.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Masalah	6
D. Batasan Masalah.....	6
E. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Landasan Teori	8
B. Hasil Penelitian Terdahulu	16
C. Kerangka Pemikiran.....	27
D. Hipotesis Penelitian.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
A. Jenis Penelitian.....	30
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	30
C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	30
D. Jenis, Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data	32
E. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	33

F. Indikator dan Item Pernyataan	36
G. Analisis Data	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	46
A. Hasil Penelitian.....	46
B. Pembahasan	71
BAB V PENUTUP	75
A. Simpulan.....	75
B. Keterbatasan dan Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA.....	77
LAMPIRAN.....	81

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pendapatan Penjualan Mie Instan Lemonilo	2
Tabel 2.1 Kajian Variabel Penelitian	16
Tabel 3.1 Skala Likert	32
Tabel 3.2 Definisi Operasional.....	37
Tabel 3.2 Indikator dan Item Pernyataan	36
Tabel 4.1 <i>Response Rate</i>	51
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	52
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Pembelian	52
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	54
Tabel 4.5 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan.....	54
Tabel 4.6 Hasil Uji Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian	55
Tabel 4.7 Hasil Uji Statistik Deskriptif <i>Brand Image</i>	57
Tabel 4.8 Hasil Uji Statistik Deskriptif Gaya Hidup.....	59
Tabel 4.9 Hasil Uji Statistik Deskriptif <i>Green Product</i>	60
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	62
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i>	63
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Gaya Hidup.....	63
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i>	64
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas	65
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas.....	66
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinearitas.....	66
Tabel 4.17 Hasil Uji Heterokedastisitas	67
Tabel 4.18 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	68
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi	70
Tabel 4.20 Hasil Uji F	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	29
Gambar 3.1 Kurva Uji F.....	42
Gambar 3.2 Kurva Uji Hipotesis Pertama.....	43
Gambar 3.3 Kurva Uji Hipotesis Kedua	44
Gambar 3.3 Kurva Uji Hipotesis Kedua	45
Gambar 4.1 Kurva Uji Goodnessof Fit	71
Gambar 4.2 Kurva Uji T Hipotesis Pertama	73
Gambar 4.3 Kurva Uji T Hipotesis Kedua.....	74
Gambar 4.4 Kurva Uji T Hipotesis Ketiga.....	74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	87
Lampiran 2 Data Responden.....	94
Lampiran 3 Data Penelitian Jawaban Responden	100
Lampiran 4 Karakteristik Responden.....	111
Lampiran 5 Statistik Deskriptif.....	113
Lampiran 6 Uji Validitas dan Reliabilitas	115
Lampiran 7 Uji Asumsi Klasik.....	120
Lampiran 8 Analisis Regresi Linier Berganda dan Uji T.....	121
Lampiran 9 Uji Kecocokan Model.....	121
Lampiran 10 f tabel	122
Lampiran 11 t tabel	123
Lampiran 12 r tabel	124