



**PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *BRAND IMAGE*, DESAIN PRODUK
DAN IKLAN TERHADAP MINAT BELI PRODUK L-MEN DI
KABUPATEN KUDUS**

Oleh:
AHMAD NUR FAIZ
2020-114-21

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**



**PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *BRAND IMAGE*, DESAIN PRODUK
DAN IKLAN TERHADAP MINAT BELI PRODUK L-MEN DI
KABUPATEN KUDUS**

Skripsi ini ditunjukkan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus

Oleh:
AHMAD NUR FAIZ
2020-114-21

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**

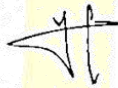
**PENGARUH BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE, DESAIN PRODUK
DAN IKLAN TERHADAP MINAT BELI PRODUK L-MEN
DI KABUPATEN KUDUS**

Nama : Ahmad Nur Faiz
NIM : 202011421
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, ...30 Agustus 2024.....

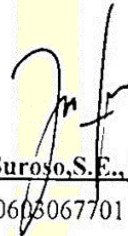
Pembimbing I



(Dr. Drs. H. Joko Utomo, M.M)

NIDN. 0625076401

Pembimbing II



(Iwan Suroso, S.E., M.M., CFP®)

NIDN. 0608067701

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen



(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)

NIDN. 0024037701

**PENGARUH BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE, DESAIN PRODUK
DAN IKLAN TERHADAP MINAT BELI PRODUK L-MEN
DI KABUPATEN KUDUS**

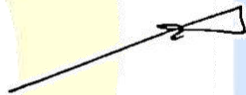
Nama : Ahmad Nur Faiz
NIM : 202011421
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, ... 30 Agustus2024

Mengetahui
Ketua Program Studi



(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)

NIDN. 0024037701

Pembimbing I



(Dr. Drs. H. Joko Utomo, M.M)

NIDN. 0625076401

Mengetahui

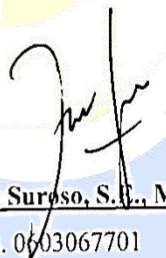
Dekan



(Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M)

NIDN. 0616077304

Pembimbing II



(Iwan Suroso, S.E., M.M., CFP®)

NIDN. 0603067701

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“Boleh jadi kamu 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”

(QS. Al Baqarah:216)

Persembahan:

1. Kedua orang tuaku yang selalu memberi dukungan dan doa
2. Kakak yang selalu memberikan semangat dan doa

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *BRAND IMAGE*, DESAIN PRODUK DAN IKLAN TERHADAP MINAT BELI PRODUK L-MEN DI KABUPATEN KUDUS”**

Tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi guna melengkapi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Selama penelitian dan penulisan skripsi ini banyak sekali hambatan yang penulis alami, namun berkat bantuan, dorongan serta bimbingan dari berbagai pihak, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Maka penuliis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si., selaku Rektor Universitas Muria Kudus
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi danBisnis Universitas Muria Kudus.
3. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Dr. Drs. H. Joko Utomo, M.M. selaku Dosen Pembimbing I, yang senantiasa meluangkan waktu, memotivasi, mengarahkan serta membantu menyelesaikan penulisan skripsi ini.

5. Iwan Suroso, S.E., M.M., CFP selaku Dosen Pembimbing II, yang senantiasa meluangkan waktu, memotivasi, mengarahkan serta membantu menyelesaikan penulisan skripsi ini.
6. Seluruh dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah mengajarkan ilmu pengetahuan tanpa rasa lelah.
7. Dua insan terkasih, yang mengajarkanku bagaimana arti hidup lebih dari siapapun, yang menjadi alasanku berjuang sejauh ini. Mereka adalah Ayahku dan Ibuku.
8. Rumah yang bentuknya tidak selalu bangunan, yang mengajarkan keberanian, kesabaran, ambisi, dan perjuangan. Mereka adalah DPM UMK, UKM Seni Kampus dan Kelompok Kajian Ekonomi Syariah (KKES).
9. Teman-temanku seperjuangan yang selalu memberikan dukungan terbaiknya.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan.

Semoga dibalik ketidaksempurnaan skripsi ini masih bisa bermanfaat bagi pembaca dan menjadi bahan untuk penelitian selanjutnya.

Kudus, 01 Agustus 2024
Penulis,



AHMAD NUR FAIZ
202011421

**PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *BRAND IMAGE*, DESAIN PRODUK
DAN IKLAN TERHADAP MINAT BELI PRODUK L-MEN DI
KABUPATEN KUDUS**

AHMAD NUR FAIZ
202011421

Pembimbing: 1. Dr. Drs. Joko Utomo M.M.
2. Iwan Suroso, S.E., M.M., CFP

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS, PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh *Brand Awareness*, *Brand Image*, Desain Produk dan Iklan Terhadap Minat Beli Susu L-Men di Kabupaten Kudus. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 respon, subjek penelitian diperoleh melalui teknik sampling non probability sampling dengan menggunakan metode purposive sampling. Data yang diperoleh kemudian diolah menggunakan teknik analisis regresi linier berganda melalui software SPSS 24.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand awareness*, desain produk dan iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, sedangkan *brand image* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli. Secara simultan brand awareness, brand image, desain produk dan iklan berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli

Kata Kunci: *Brand Awareness*, *Brand Image*, Desain Produk, Iklan, Minat Beli

**THE INFLUENCE OF BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE,
PRODUCT DESIGN AND ADVERTISEMENT ON INTEREST IN
PURCHASING L-MEN PRODUCTS IN KUDUS DISTRICT**

AHMAD NUR FAIZ
202011421

Advisor: 1. Dr. Drs. Joko Utomo M.M.
2. Iwan Suroso, S.E., M.M., CFP

UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FACULTY OF ECONOMIC AND BUSINESS, MANAGEMENT STUDY PROGRAM

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of Brand Awareness, Brand Image, Product Design and Advertising. Regarding Interest in Buying L-Men Milk in Kudus Regency. This research uses quantitative methods. The sample in this study amounted to 100 responses, research subjects were obtained through non-probability sampling techniques using the purposive sampling method. The data obtained was then processed using multiple linear regression analysis techniques via SPSS 24.0 software. The research results show that brand awareness, product design and advertising have a positive and significant effect on purchase interest, while brand image does not have a significant effect on purchase interest. Simultaneously, brand awareness, brand image, product design and advertising have a significant positive effect on purchasing interest

Keywords: Brand Awareness, Brand Image, Product Design, Advertising, Purchase Interest

DAFTAR ISI

	Halaman
COVER	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAKSI	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup	13
1.3 Perumusan Masalah	13
1.4 Tujuan Penelitian	15
1.5 Manfaat Penelitian	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1 Landasan Teori	18
2.1.1 Strategi Pemasaran	18
2.1.2 Minat Beli	18
2.1.3 <i>Brand Awareness</i>	21
2.1.4 <i>Brand Image</i>	25
2.1.5 Desain Produk	27
2.1.6 Iklan	29
2.2 Penelitian terdahulu	31
2.3 Pengaruh antar variabel	33
2.5 Hipotesis	37
BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1 Rancangan Penelitian	38
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	39
3.2.1 Variabel <i>Dependen</i> (Variabel Terikat)	39
3.2.2 Variabel <i>Independen</i> (Variabel Bebas)	41
3.3 Jenis dan Sumber data	48
3.4 Populasi dan sampel	48
3.5 Pengumpulan Data	50
3.6 Uji Instrumen Penelitian	51
3.7 Pengolahan Data	52
3.8 Analisis Data	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	60
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	60
4.2 Penyajian Data	61
4.2.1 Karakteristik Responden	61
4.2.2 Deskriptif Variabel Penelitian	64
4.3 Analisis Data	68

4.3.1.	Analisis Statistik Deskriptif	68
4.3.2.	Uji Validitas	69
4.3.3.	Uji Reliabilitas	71
4.3.4.	Uji Asumsi Klasik	71
4.3.5.	Uji Regresi Linier Berganda	76
4.3.6.	Uji Hipotesis	77
4.4.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	81
4.4.1.	Pengaruh <i>brand awareness</i> terhadap minat beli	81
4.4.2.	Pengaruh <i>brand image</i> terhadap minat beli	82
4.4.3.	Pengaruh desain produk terhadap minat beli	83
4.4.4.	Pengaruh iklan Terhadap Minat Beli	84
4.4.5.	Pengaruh <i>brand awareness</i> , <i>brand image</i> , desain produk dan iklan terhadap Minat Beli	85
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		86
5.1.	Kesimpulan.....	86
5.2.	Saran	87
DAFTAR PUSTAKA.....		90
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....		93

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Top Brand Susu Tinggi Protein 2021	5
Tabel 1. 2 Top Brand Susu Tinggi Protein 2022	6
Tabel 1. 3 Top Brand Susu Tinggi Protein 2023	7
Tabel 3. 1 Alternatif Jawaban Sekala Likert.....	54
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	62
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	62
Tabel 4. 3 Domisili Responden.....	63
Tabel 4. 4 Pembelian Produk	64
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Variabel <i>Brand Awareness</i>	65
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Variabel <i>Brand Image</i>	65
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Variabel Desain Produk.....	66
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Variabel Iklan	67
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden Variabel Minat Beli	67
Tabel 4. 10 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	68
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas.....	70
Tabel 4. 12 Hasil Uji Uji Reliabilitas.....	71
Tabel 4. 13 Hasil Uji Normalitas	72
Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinearitas.....	73
Tabel 4. 15 Hasil Uji Heterokedastisitas	74
Tabel 4. 16 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	76
Tabel 4. 17 Hasil Uji t (Parsial)	78
Tabel 4. 18 Hasil Uji F (Simultan).....	80
Tabel 4. 19 Hasil Uji R	81

DAFTAR GAMBAR

	<u>Halaman</u>
Gambar 1.1 Data Penjualan L-Men di Jawa Tengah.....	8
Gambar 1.2 Rating produk L-Men di marketplace shopee.....	9
Gambar 1.3 Komentar iklan L-Men di youtube.....	10
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	38
Gambar 4.1 Hasil uji heterokedastisitas Scatterplot.....	80

