

PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP MINAT BELI KOPI BANYUATIS DI KECAMATAN BANJAR

SKRIPSI



Diajukan Kepada

Universitas Pendidikan Ganesha

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam Menyelesaikan

Program Sarjana Manajemen

Oleh

Komang Andre Nova Saputra

NIM 2117041271

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA

SINGARAJA

2025

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS DAN
MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK MENCAPAI
GELAR SARJANA MANAJEMEN**

Menyetujui

Pembimbing I



Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si.
NIP. 196810291993032001

Pembimbing II



Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si.
NIP. 197611102014042001

Skripsi oleh Komang Andre Nova Saputra ini
Telah dipertahankan di depan dewan penguji
Pada tanggal 28 Juni 2025

Dewan Penguji,



Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si.
NIP. 196810291993032001

(Ketua)



Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si.
NIP. 197611102014042001

(Anggota)



Ida Bagus Koman Suarmaja, S.E., M.M.
NIP. 199105122023211031

(Anggota)

Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi

Universitas Pendidikan Ganesha

guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar sarjana manajemen

Pada:

Hari : Selasa

Tanggal : 29 Juli 2025

Ketua Ujian

Sekretaris Ujian,



Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si.
NIP. 196810291993032001



Made Amanda Dewanti, S.E., M.M.
NIP. 199106072020122017

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ekonomi



Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., Ak., M.Si
NIP. 197906162002121003

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul "Pengaruh *Brand image* dan *Brand awareness* Terhadap Minat Beli Kopi Banyuatis di Kecamatan Banjar" beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya sendiri, saya tidak melakukan penjiplakan dan mengutip dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini saya siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau klaim terhadap karya saya ini.

Singaraja, 28 Juni 2025

Yang membuat pernyataan



Komang Andre Nova Saputra
NIM. 2117041271

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan ke hadapan Tuhan Yang Maha Esa karena berkat Rahmat-Nya lah penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Brand image* dan *Brand awareness* Terhadap Minat Beli Kopi Banyuatis di Kecamatan Banjar”**. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Pendidikan Ganesha.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan baik berupa moral maupun material dari berbagai pihak. Untuk itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

- 1) Bapak Prof. Dr. I Wayan Lasmawan, M.Pd. selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
- 2) Bapak Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., Ak., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi.
- 3) Bapak Gede Putu Agus Jana Susila, S.E., M.B.A. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
- 4) Ibu Made Amanda Dewanti, S.E., M.M selaku Koordinator Prodi Studi S1 Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
- 5) Ibu Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si, selaku Pembimbing I yang dengan segala tanggung jawab, kesabaran dan semangat dalam memberikan bimbingan, saran dan masukan selama proses penyelesaian skripsi ini.
- 6) Ibu Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si. selaku Pembimbing II yang telah memberikan arahan, petunjuk, dan motivasi sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.

- 7) Bapak dan Ibu Dosen di Jurusan Manajemen yang telah memberikan saran dan mendidik selama penulis belajar di Jurusan Manajemen.
- 8) Ibu Ketut Radinna Wikantari selaku Representatif Owner Kopi Banyuatis sudah mengizinkan melakukan penelitian di Kopi Banyuatis dan memberikan data-data yang peneliti perlukan.
- 9) Kepada Ni Made Mia Kharisma Putri dan keluarga yang senantiasa memberikan motivasi dan banyak membantu untuk menyelesaikan skripsi ini.
- 10) Teman-teman seperjuangan Manajemen yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terimakasih telah memberikan pengalaman baru dan memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi.
- 11) Komang Andre Nova Saputra terimakasih atas kerja kerasnya, ketekunan dan semangat yang terus dijaga selama proses penyusunan skripsi ini. Meskipun menghadapi berbagai tantangan, tetapi tetap mampu bertahan dan terus melangkah hingga mencapai tahap ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa apa yang tersaji dalam skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan kemampuan yang penulis miliki. Untuk itu, demi kesempurnaan skripsi ini, penulis mengharapkan segala kritik dan saran yang sifatnya membangun dari berbagai pihak. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi kita semua khususnya bagi pengembangan dunia pendidikan.

Singaraja, 28 Juni 2025

Penulis

MOTTO

“Kesuksesan sejati lahir dari keringat sendiri, bukan dari bayang-bayang orang lain.”



DAFTAR ISI

	Halaman
PRAKATA.....	i
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah Penelitian	12
1.3 Pembatasan Masalah Penelitian	12
1.4 Rumusan Masalah Penelitian	13
1.5 Tujuan Penelitian.....	13
1.6 Manfaat Hasil Penelitian	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA	15
2.1 Minat beli	15
2.1.1 Pengertian minat beli.....	15
2.1.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli	17
2.1.3 Indikator minat beli	19
2.2 <i>Brand image</i>	20
2.2.1 Pengertian <i>brand image</i>	20
2.2.2 Indikator <i>brand image</i>	21
2.3 <i>Brand awareness</i>	22
2.3.1 Pengertian <i>brand awareness</i>	22
2.3.2 Indikator <i>brand awareness</i>	23
2.4 Penelitian Terdahulu.....	24
2.5 Kerangka Berpikir	28
2.6 Hipotesis Penelitian.....	28

2.6.1	Pengaruh <i>Brand image</i> Terhadap Minat Beli	28
2.6.2	Pengaruh <i>Brand awareness</i> Terhadap Minat Beli	29
2.6.3	Pengaruh <i>Brand image</i> dan <i>Brand awareness</i> Terhadap Minat Beli	30
BAB III METODE PENELITIAN.....		32
3.1	Rancangan Penelitian	32
3.2	Subjek Penelitian/Populasi dan Sampel	33
3.2.1	Subjek dan Objek Penelitian	33
3.2.2	Populasi dan Sampel Penelitian	33
3.3	Variabel Dan Definisi Oprasional Variabel Penelitian	35
3.4	Metode Dan Instrumen Pengumpulan Data	36
3.4.1	Metode Penelitian.....	36
3.4.2	Instrumen Pengumpulan Data	36
3.4.3	Uji Instrumen Penelitian	37
3.5	Metode Dan Teknik Analisis Data	39
3.5.1	Uji Asumsi Klasik	39
3.5.2	Analisis Regresi Linier Berganda	41
3.5.3	Uji Hipotesis	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		45
4.1	Deskripsi Data.....	45
4.1.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	45
4.1.2.	Deskripsi Karakteristik Responden.....	46
4.2	Pengujian Asumsi.....	49
4.3	Pengujian Hipotesis.....	51
4.3.1.	Analisis Regresi Linier Berganda	51
4.3.2.	Pengaruh <i>Brand image</i> Terhadap Minat Beli Kopi Banyuatis Di Kecamatan Banjar	53
4.3.3.	Pengaruh <i>Brand awareness</i> Terhadap Minat Beli Kopi Banyuatis Di Kecamatan Banjar	54
4.3.4.	Pengaruh <i>Brand image</i> dan <i>Brand awareness</i> Terhadap Minat Beli Kopi Banyuatis Di Kecamatan Banjar	55
4.3.5.	Hasil Uji Koefesien Determinasi (R^2).....	56
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian	57

4.4.1.	Pengaruh <i>Brand image</i> Terhadap Minat Beli Kopi Banyuatis Di Kecamatan Banjar	57
4.4.2.	Pengaruh <i>Brand awareness</i> Terhadap Minat Beli Kopi Banyuatis Di Kecamatan Banjar	59
4.4.3.	Pengaruh <i>Brand image</i> dan <i>Brand awareness</i> Terhadap Minat Beli Kopi Banyuatis Di Kecamatan Banjar	60
4.4.4.	Keterbatasan Penelitian.....	62
4.5	Implikasi Penelitian.....	64
4.5.1.	Implikasi <i>Brand image</i> dan <i>Brand awareness</i> Terhadap Minat Beli	64
4.5.2.	Implikasi <i>Brand image</i> Terhadap Minat Beli	65
4.5.3.	Implikasi <i>Brand awareness</i> Terhadap Minat Beli	65
BAB V PENUTUP.....		67
5.1	Rangkuman	67
5.2	Simpulan	68
5.3	Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA		72
DAFTAR LAMPIRAN		76



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel	35
Tabel 3. 2 Skala <i>Linkert</i>	37
Tabel 3. 3 Uji Validitas Instrumen Penelitian.....	38
Tabel 3. 4 Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	39
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi.....	48
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Mengonsumsi Kopi.48	
Tabel 4. 5 Hasil Uji Normalitas.....	49
Tabel 4. 6 Hasil Uji Multikolinearitas.....	50
Tabel 4. 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas	51
Tabel 4. 8 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	52
Tabel 4. 9 Hasil Uji F	56
Tabel 4. 10 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	57

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Data penjualan Kopi Banyuatis.....	7
Gambar 1. 2 Data Penjualan Kopi Banyuatis Per Kecamatan Kab. Buleleng	9
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	28



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Data Penjuala Kopi Banyuatis.....	76
Lampiran 2: Kuisisioner	77
Lampiran 3: Tabulasi Data Uji Instrument.....	71
Lampiran 4: Hasil Uji Instrumen	77
Lampiran 5: Daftar Nama Responden Penelitian.....	79
Lampiran 6: Deskripsi Data Responden	81
Lampiran 7: <i>Output</i> Uji Asumsi Klasik	83
Lampiran 8: <i>Output</i> Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	84
Lampiran 9: <i>Output</i> Koefesien Determinasi	85
Lampiran10: Dokumentasi.....	88

