

SKRIPSI

**PENGARUH *BRANDING* DAN *LABELING*
TERHADAP PREFERENSI KONSUMEN
PADA PRODUK PANGAN DI PASIR PENGARAIAN
(STUDI KASUS PADA USAHA RISOL ALEYA)**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian*



OLEH:

ABER RAFDY
NIM: 2125019

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PASIR PENGARAIAN
2025**

HALAMAN PENGESAHAN

NAMA : Aber Rafdy
NIM : 2125019
JUDUL PENELITIAN : Pengaruh *Branding* dan *Labeling* Terhadap
Preferensi Konsumen Pada Produk Pangan
di Pasir Pengaraian (Studi Kasus Pada
Usaha Risol Aleya)

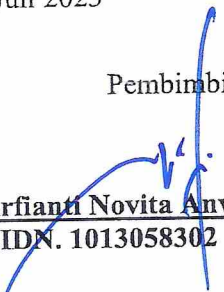
Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan pada Ujian Akhir Komprehensif Program Studi Manajemen pada hari Kamis, 17 Juli 2025 dan telah dilakukan perbaikan sesuai dengan simpulan dan saran Tim Penguji.

Pasir Pengaraian, 21 Juli 2025

Pembimbing I


Andi Afrizal, SE., M.Si, Ak.CA
NIDN. 1014118301

Pembimbing II


Arfianti Novita Anwar, S.IP., MM
NIDN. 1013058302

Penguji I

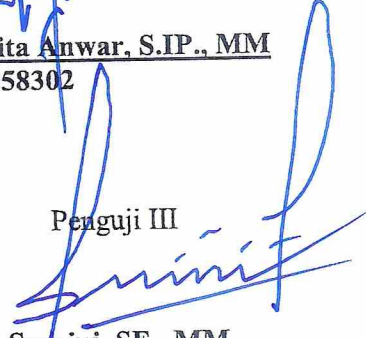

Makmur, SE., MMA., Ph.D
NIDN. 1010038001

Penguji Ujian Akhir Komprehensif,

Penguji II


Ratna Dewi, SE., MM
NIDN. 1016069401

Penguji III


Seprini, SE., MM
NIDN. 1025097804

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian


Nurhayati, SE., M.Si
NIDN. 1026068605

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Nama Mahasiswa : Aber Rafdy

Nim : 2125019

Program Studi : Manajemen

Judul penelitian : Pengaruh *Branding* dan *Labeling* Terhadap Preferensi
Konsumen Pada Produk Pangan di Pasir Pengaraian (Studi
Kasus Pada Usaha Risol Aleya)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan serta juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila dikemudian hari ditemukan unsur plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karena skripsi saya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Pasir Pengaraian, 28 Mei 2025

Yang Membuat Pernyataan



(.....)

ABSTRACT

Aber Rafdy. 2125019. 2025. The Effect of Branding and Labeling on Consumer Preferences for Food Products in Pasir Pengaraian (Case Study on Risol Aleya Business).

Supervisor I : Andi Afrizal, SE., M.Si., AK.CA

Supervisor II : Arfianti Novita Anwar, S.IP., MM

There are quite a lot of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Pasir Pengaraian that produce local food, but there are still many MSMEs in Pasir Pengaraian that have not experienced significant development. This can be caused by various factors, such as low marketing capabilities, lack of product innovation, and ever-changing consumer preferences. Risol Aleya, the object of this research, has implemented branding and labeling strategies to attract consumer preferences for its products. This preference is a major factor in determining consumer choice, especially when having to choose from a variety of similar food products. This study aims to analyse the effect of branding and labeling on consumer preferences for food products in Pasir Pengaraian. The research method used is a quantitative approach with multiple linear regression analysis techniques assisted by the SPSS Version 25 program. The population in this study were consumers of Risol Aleya. The sample of this study was taken using purposive sampling method and sample calculation using the Lemeshow formula because the population was too large and unknown, so 100 respondents were obtained. Data were collected through observations, interviews and questionnaires distributed to Risol Aleya consumers who became research respondents. The results of this study indicate that branding and labeling have a positive and significant effect on consumer preferences in food products in Pasir Pengaraian. Suggestions for future researchers to add other independent variables that can affect consumer preferences in food products.

Keywords: Branding, Labeling, Consumer Preferences, Food Products

ABSTRAK

Aber Rafdy. 2125019. 2025. Pengaruh *Branding* dan *Labeling* Terhadap Preferensi Konsumen Pada Produk Pangan di Pasir Pengaraian (Studi Kasus Pada Usaha Risol Aleya)

Pembimbing I : Andi Afrizal, S.E, M.Si, AK.CA

Pembimbing II : Arfianti Novita Anwar, S.IP,MM

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Pasir Pengaraian cukup banyak yang memproduksi pangan lokal, namun masih banyak UMKM di Pasir Pengaraian yang belum mengalami perkembangan yang signifikan. Hal ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor, seperti rendahnya kemampuan pemasaran, minimnya inovasi produk, serta preferensi konsumen yang selalu berubah. Usaha Risol Aleya yang menjadi objek penelitian ini telah menerapkan strategi *branding* dan *labeling* untuk menarik preferensi konsumen pada produknya. Preferensi ini merupakan faktor utama dalam menentukan pilihan konsumen, terutama ketika harus memilih dari berbagai produk pangan yang serupa. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *branding* dan *labeling* terhadap preferensi konsumen pada produk pangan di Pasir Pengaraian. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier berganda yang dibantu oleh program SPSS Versi 25. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Risol Aleya. Sampel penelitian ini diambil menggunakan metode purposive sampling dan perhitungan sampel menggunakan rumus Lemeshow dikarenakan jumlah populasi yang terlalu besar dan tidak diketahui, sehingga diperoleh 100 responden. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara dan kuesioner yang disebarkan kepada konsumen Risol Aleya yang menjadi responden penelitian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *branding* dan *labeling* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap preferensi konsumen pada produk pangan di Pasir Pengaraian. Saran untuk peneliti selanjutnya untuk menambah variabel independen lain yang dapat berpengaruh terhadap preferensi konsumen pada produk pangan.

Kata Kunci: *Branding*, *Labeling*, Preferensi Konsumen, Produk Pangan

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan anugrah, kesehatan serta kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh *Branding* dan *Labeling* Terhadap Preferensi Konsumen Pada Produk Pangan di Pasir Pengaraian (Studi Kasus Pada Usaha Risol Aleya)”**

Penulis masih menyadari bahwa dalam penulisan ini masih banyak terdapat kelemahan dan kesalahan dikarenakan keterbatasan dari penulis. Oleh sebab itu kritik dan saran untuk penyempurnaan penulisan ini sangat diharapkan. Penyelesaian penulisan skripsi ini berkat bantuan dari berbagai pihak untuk itu tidak lupa pula penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Hardianto.M.PI selaku Rektor Universitas Pasir Pengaraian.
2. Ibu Nurhayati, SE,M,Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.
3. Ibu Arfianti Novita Anwar, S.IP, MM selaku ketua program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.
4. Bapak Andi Afrizal S.E,.M.Si, AK,CA selaku pembimbing I saya yang telah memberikan waktu luangnya, memberikan masukan serta arahan kepada penulis untuk dapat menyelesaikan proposal penelitian ini.

5. Ibu Arfianti Novita Anwar, S.IP,MM selaku pembimbing II saya yang telah memberikan waktu luangnya, memberikan masukan serta arahan kepada penulis untuk dapat menyelesaikan proposal penelitian ini.
6. Bapak dan ibu dosen Fakultas ekonomi, terkhusus kepada dosen program studi manajemen yang telah mendididk penulis selama studi di Universitas Pasir Pengaraian.
7. Responden, yang dengan sabar hati menjawab segala pertanyaan penulis selama melakukan riset.
8. Kepada Ibu Yanti Nora selaku pemilik usaha Risol Aleya yang telah memberikan izin untuk meneliti dan memberikan data dalam membantu penelitian ini.
9. Orang tua dan keluarga tercinta saya yang selalu memberikan dukungan doa, kasih sayang, dan membantu saya dalam keadaan apapun serta motivasi yang tiada henti.

Pasir Pengaraian, 21 Juli 2025

Penulis

ABER RAFDY
Nim. 2125019

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	iii
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.5 Sistematika Penulisan	12
BAB II	14
LANDASAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	14
2.1 Landasan Teori.....	14
2.1.1 <i>Theory of Reasoned Action</i> (Tindakan Beralasan).....	14
2.1.2 <i>Branding</i>	15
2.1.3 <i>Labeling</i>	19
2.1.4 Preferensi Konsumen	24
2.1.5 Penelitian Terdahulu	26
2.2 Kerangka Konseptual	27
2.3 Hipotesis.....	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	29
3.2 Populasi dan Sampel	29
3.2.1 Populasi	29
3.2.2 Sampel.....	30
3.3 Jenis dan Sumber Data	32
3.3.1 Jenis Data	32
3.3.2 Sumber Data.....	32

3.4 Teknik Pengambilan Data	33
3.5 Definisi Operasional.....	34
3.6 Instrumen Penelitian.....	36
3.6.1 Skala Pengukuran.....	39
3.6.2 Uji Instrumen	39
3.7 Teknik Analisis Data.....	40
3.7.1 Analisis Deskriptif Kuantitatif	40
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	42
3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda	43
3.7.4 Koefisien Determinasi R^2	44
3.7.5 Uji Hipotesis	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	46
4.1.1 Sejarah Singkat Usaha Risol Aleya	46
4.1.2 Produk Produk Usaha Risol Aleya.....	47
4.1.3 Struktur Organisasi Usaha Risol Aleya	48
4.2. Karakteristik Responden	51
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	51
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian Produk ..	52
4.3 Uji Instrumen	53
4.3.1 Uji Validitas	53
4.3.2 Uji Reliabilitas	54
4.4 Analisis Data Penelitian	55
4.4.1 Analisis Deskriptif Kuantitatif	55
4.4.2 Uji Asumsi Klasik.....	57
4.4.3 Analisis Regresi Linier Berganda	60
4.4.4 Koefisien Determinasi R^2	61
4.4.5 Uji Hipotesis	62
4.5 Pembahasan dan Interpretasi Hasil Penelitian	64
4.5.1 Pengaruh <i>Branding</i> Terhadap Preferensi Konsumen.....	64
4.5.1 Pengaruh <i>Labeling</i> Terhadap Preferensi Konsumen.....	66
4.5.1 Pengaruh <i>Branding</i> dan <i>Labeling</i> Terhadap Preferensi Konsumen	67

BAB V PENUTUP	69
5.1 Kesimpulan	69
5.2 Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 UMKM di Kecamatan Rambah	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu Yang Relevan	26
Tabel 3. 1 Ringkasan Definisi Operasional.....	35
Tabel 3. 2 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	36
Tabel 3. 3 Skor Klasifikasi Skala Likert	39
Tabel 3. 4 Tabel Kriteria Interpretasi TCR	41
Tabel 3. 1 Ringkasan Definisi Operasional.....	35
Tabel 3. 2 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	36
Tabel 3. 3 Skor Klasifikasi Skala Likert	39
Tabel 3. 4 Tabel Kriteria Interpretasi TCR	41
Tabel 4. 1 Produk-Produk Risol Aleya	47
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	51
Tabel 4. 3 Jenis Kelamin Responden	51
Tabel 4. 4 Pekerjaan Responden	52
Tabel 4. 5 Intensitas Responden Membeli Produk Risol Aleya.....	52
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Branding.....	53
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Labeling	53
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Preferensi Konsumen	54
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas	54
Tabel 4. 10 TCR Variabel Branding (X1).....	55
Tabel 4. 11 TCR Variabel Labeling (X2)	56
Tabel 4. 12 TCR Variabel Preferensi Konsumen (Y)	56
Tabel 4. 13 Hasil Uji Normalitas Data.....	57
Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinieritas Data.....	58
Tabel 4. 15 Hasil Uji Heteroskedastisitas Data.....	59
Tabel 4. 16 Hasil Regresi Linier Berganda.....	60
Tabel 4. 17 Hasil Model Summary Koefisien Determinasi	62
Tabel 4. 18 Hasil Uji t.....	63
Tabel 4. 19 Hasil Uji F	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Branding Produk Melalui Facebook	6
Gambar 1. 2 Labeling Pada Kemasan Risol Aleya	7
Gambar 1. 3 Preferensi Konsumen Pada Produk Risol Aleya	8
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	26
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Risol Aleya.....	48
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas Data	58
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	60