

**PERAN HARGA, *HEALTHY LIFESTYLE*, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
NIAT BELI KONSUMEN MIE INSTAN LEMONILO DI DAERAH
ISTIMEWA**

INDIRA AGATHA BUTARBUTAR

NIM.141200203

Email: Indiraagatha203@gmail.com

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Upn “Veteran” Yogyakarta

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji peran harga, *healthy lifestyle*, dan *brand image* terhadap niat beli konsumen Mie Instan Lemonilo. Data diperoleh dengan pendekatan kuantitatif melalui kuesioner menggunakan google formuler sebagai media pengumpulan data, dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Pupulasi dalam penelitian ini adalah seluruh Masyarakat Yogyakarta yang pernah membeli dan mengonsumsi Mie Instan Lemonilo. Teknik penarikan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling*. Metode analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis kuantitatif dengan metode Partial Least Square (PLS) yang diolah melalui software SmartPLS. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa: 1) Harga berpengaruh positif signifikan terhadap niat beli konsumen Mie Instan Lemonilo, 2) *Healthy Lifestyle* berpengaruh positif signifikan terhadap niat beli konsumen Mie Instan Lemonilo, dan 3) *Brand Image* berpengaruh positif signifikan terhadap niat beli konsumen Mie Instan Lemonilo.

Kata kunci: Harga, *Healthy Lifestyle*, *Brand Image*, Niat Beli