

**PENGARUH *PRODUCT KNOWLEDGE*, *PERCEIVED PRICE*, DAN  
*HEALTH CONSCIOUSNESS* TERHADAP *PURCHASE INTENTION*  
PRODUK STEVIA TROPICANA SLIM DI KOTA PADANG  
(SURVEI PADA KONSUMEN DI KOTA PADANG)**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana Pada Program  
Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas



Diajukan Oleh :

**Emillia Fitri**


**2110521044**

**PROGRAM STUDI S1 DEPARTEMEN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS ANDALAS**

**PADANG**

**MEI 2025**

	No. Alumni Universitas	EMILLIA FITRI	No. Alumni Fakultas
	a) Tempat/Tgl Lahir : Padang Gantiang, 11 Mei 2003 b) Nama Orang Tua : Asmiadi dan Zulfien c) Fakultas : Ekonomi dan Bisnis d) Departemen : Manajemen e) No Bp : 2110521044 f) Tanggal Lulus : 26 November 2025 g) Prediket Lulus: Pujian h) IPK : 3.7 i) Lama Studi : 4 tahun 3 bulan j) Alamat Orang Tua : Padang Gantaing, Jorong Kayu Pasak Timur, Salareh Aia, Palembayan, Agam		

**PENGARUH *PRODUCT KNOWLEDGE*, *PERCEIVED PRICE*, DAN *HEALTH CONSCIOUSNESS* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PRODUK STEVIA TROPICANA SLIM DI KOTA PADANG**

*Skripsi oleh Emilia Fitri*

*Pembimbing : Asmi Abbas, SE, MM*

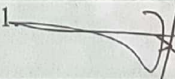
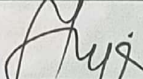

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh *Product Knowledge*, *Perceived Price*, dan *Health Consciousness* Terhadap *Purchase Intention* Produk Stevia Tropicana Slim di Kota Padang. Sampel penelitian ini merupakan masyarakat Kota Padang yang berusia 17 tahun ke atas, yang peduli dengan kesehatan dan mengetahui produk pemanis alami Stevia Tropicana Slim yang berjumlah 140 orang dengan teknik pengambilan sampel yaitu metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Pengelolaan data penelitian dilakukan menggunakan *software* SPSS 31. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *product knowledge* dan *health consciousness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*. Sementara itu, *perceived price* tidak berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention*.

Kata Kunci : ***Product Knowledge, Perceived Price, Health Consciousness, Purchase Intention***

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada: 26 November 2025

Abstrak telah di setujui oleh :

Tanda Tangan	1. 	2. 	3. 
Nama Terang	Asmi Abbas, SE, MM	Prof. Dr. Yulia Hendri Yeni, SE, MT, AK	Dr. Maruf, SE, M.Bus, M.Phil

Mengetahui

Ketua Departemen Manajemen

Prof. Donard Games, SE, Mbus (Adv), PhD

NIP.198011122005011003



Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftar ke Fakultas/Universitas dan Mendapat Nomor Alumnus :

	Petugas Fakultas/Universitas	
No. Alumni Fakultas	Nama:	Tanda Tangan:
No Alumni Uiversitas	Nama:	Tanda Tangan: