

## ABSTRAK

Fit Stuff Subang merupakan bisnis yang berfokus pada pemenuhan kebutuhan gaya hidup sehat dengan menyediakan berbagai menu makanan sehat seperti tinggi protein, rendah kalori, serta minuman bernutrisi. Namun, dalam pelaksanaannya masih terdapat permasalahan pada keputusan pembelian, khususnya pada aspek produk, yang mencerminkan belum optimalnya proses penilaian dalam memilih produk sesuai kebutuhan, preferensi, dan nilai personal. Permasalahan tersebut disebabkan oleh dua faktor utama, yaitu *brand image* pada indikator keunikan (*uniqueness*), serta *healthy lifestyle* pada indikator minat (*interest*).

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deduktif. Pengumpulan data dilakukan melalui studi kepustakaan, observasi, wawancara, serta penyebaran angket. Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linear berganda, uji hipotesis (uji t parsial dan uji f simultan), analisis korelasi Rank Spearman, serta analisis koefisien determinasi.

Hasil analisis data menunjukkan bahwa seluruh instrumen penelitian telah memenuhi uji validitas dan reliabilitas sehingga layak digunakan. Analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa variabel *brand image* dan *healthy lifestyle* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Pengujian hipotesis melalui uji t menunjukkan bahwa kedua variabel berpengaruh secara parsial, sedangkan uji f menunjukkan pengaruh secara simultan yang signifikan. Hasil analisis korelasi menunjukkan hubungan yang kuat antar variabel. *Brand Image* dan *Healthy Lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Fit Stuff Subang, namun masih belum optimal karena keunikan merek dan minat konsumen terhadap gaya hidup sehat belum terbentuk secara kuat.

Peneliti menemukan hambatan yaitu belum kuatnya keunikan pada citra merek dan rendahnya minat konsumen terhadap gaya hidup sehat. Saran yang peneliti sampaikan sebaiknya agar Fit Stuff Subang meningkatkan *brand image*, khususnya pada aspek keunikan, serta memperkuat minat konsumen terhadap gaya hidup sehat melalui edukasi dan promosi yang konsisten guna mendorong peningkatan keputusan pembelian.

**Kata Kunci:** *Brand Image, Healthy Lifestyle, dan Keputusan Pembelian*

## **ABSTRACT**

*Fit Stuff Subang is a business focused on meeting the needs of a healthy lifestyle by providing a variety of healthy food options, such as high-protein, low-calorie dishes, and nutritious drinks. However, in practice, there are still issues regarding purchasing decisions, particularly in relation to the products themselves, which reflect the fact that the evaluation process for selecting products that align with individual needs, preferences, and personal values is not yet optimal. These issues are caused by two main factors: brand image in terms of uniqueness, and healthy lifestyle in terms of interest.*

*The research method employed was a quantitative method using a deductive approach. Data collection was carried out through literature review, observation, interviews, and the distribution of questionnaires. The data analysis techniques used included validity testing, reliability testing, multiple linear regression analysis, hypothesis testing (partial t-tests and simultaneous F-tests), Spearman's rank correlation analysis, and analysis of the coefficient of determination.*

*The results of the data analysis indicate that all research instruments have passed the validity and reliability tests and are therefore suitable for use. Multiple linear regression analysis shows that the variables of brand image and healthy lifestyle have a positive influence on purchasing decisions. Hypothesis testing using the t-test indicates that both variables have a partial influence, whilst the F-test indicates a significant simultaneous influence. The results of the correlation analysis indicate a strong relationship between the variables. Brand image and healthy lifestyle have a positive and significant influence on purchasing decisions at Fit Stuff Subang; however, this influence is not yet optimal because the brand's uniqueness and consumer interest in a healthy lifestyle have not yet been firmly established.*

*The researchers identified two main obstacles: a lack of distinctiveness in the brand image and low consumer interest in a healthy lifestyle. The researchers recommend that Fit Stuff Subang should enhance its brand image, particularly in terms of distinctiveness, and strengthen consumer interest in a healthy lifestyle through consistent education and promotion, with a view to encouraging increased purchasing decisions.*

**Keywords: Brand Image, Healthy Lifestyle, and Purchase Decisions**

## RINGKESAN

Fit Stuff Subang mangrupikeun hiji usaha anu fokus kana nyumponan kabutuhan gaya hirup séhat ku nyadiakeun rupa-rupa pilihan kadaharan séhat, saperti hidangan anu luhur protéin, rendah kalori, jeung inuman anu bergizi. Sanajan kitu, dina prakna masih aya masalah dina kaputusan mésér, utamana patali jeung produkna sorangan, anu ngagambarkeun yén prosés evaluasi pikeun milih produk anu saluyu jeung kabutuhan, karesep, jeung nilai pribadi unggal individu can optimal. Masalah ieu disababkeun ku dua faktor utama: citra mérek dina hal kaunikan, jeung gaya hirup séhat dina hal minat.

Métode panalungtikan anu dipaké nyaéta metode kuantitatif kalayan pendekatan deduktif. Kumpulan data dilakukeun ngaliwatan tinjauan pustaka, observasi, wawancara, jeung sebaran kuesioner. Téknik analisis data anu dipaké ngawengku tés validitas, tés reliabilitas, analisis regresi linier ganda, tés hipotesis (tés  $t$  parsial jeung tés  $F$  simultan), analisis korelasi rangking Spearman, jeung analisis koefisien determinasi.

Hasil analisis data nunjukkeun yén sakabéh instrumen panalungtikan geus lulus tés validitas jeung reliabilitas sarta ku kituna cocog pikeun dipaké. Analisis regresi linier ganda nunjukkeun yén variabel citra mérek jeung gaya hirup séhat boga pangaruh positif kana kaputusan mésér. Uji hipotesis maké  $t$ -test nunjukkeun yén duanana variabel boga pangaruh parsial, sedengkeun  $F$ -test nunjukkeun pangaruh simultan anu signifikan. Hasil analisis korelasi nunjukkeun hubungan anu kuat antara variabel-variabelna. Citra mérek jeung gaya hirup séhat boga pangaruh positif jeung signifikan kana kaputusan mésér di Fit Stuff Subang; sanajan kitu, pangaruh ieu can optimal sabab kaunikan mérek jeung minat konsumen kana gaya hirup séhat can kénéh diadegkeun sacara teguh.

Para panaliti ngidentifikasi dua halangan utama: kurangna kaunikan dina citra mérek jeung handapna minat konsumen kana gaya hirup séhat. Para panaliti nyarankeun supaya Fit Stuff Subang ningkatkeun citra mérekna, utamana dina hal kaunikan, sarta nguatkeun minat konsumen kana gaya hirup séhat ngaliwatan pendidikan jeung promosi anu konsisten, kalayan tujuan ngadorong kanaékan kaputusan mésér.

**Kecap konci: Citra Merek, Gaya Hirup Sehat, jeung Kaputusan Mésér**