

ABSTRAK

Rina Eka Mayanti. 2022. "Pengaruh Harga dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Indomie Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2019 FEB Universitas Muhammadiyah Metro). Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (I) Ratmono, S.E., M.M. Pembimbing (II) H. Suwanto, S.E., M.M.

Berdasarkan data World Instant Noodles Association (WINA), konsumsi mie instan di Indonesia sebesar 13,27 miliar porsi pada 2021. Jumlah itu menjadi yang terbesar kedua setelah China/Hong Kong. Mie instan sangat disukai oleh masyarakat Indonesia karena mudah dalam memasaknya dan penyajiannya. Mie instan mempunyai jenis rasa yang sangat disukai oleh masyarakat Indonesia. Mie instan juga memiliki harga yang murah, sehingga dapat dijangkau oleh masyarakat. Penelitian ini mempunyai tujuan yaitu untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap citra merek. Untuk mengetahui apakah cita rasa berpengaruh terhadap citra merek. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Untuk mengetahui apakah cita rasa berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Untuk mengetahui apakah harga dan cita rasa berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan citra merek sebagai variabel intervening. Sampel penelitian ini adalah Mahasiswa Manajemen Angkatan 2019 Universitas Muhammadiyah Metro sebanyak 58 mahasiswa. Pengumpulan data menggunakan kuesioner, dan analisis data menggunakan Uji validitas, Uji reliabilitas, uji normalitas, uji homogenitas, uji linieritas keberartian regresi, dan Analisis jalur dengan menggunakan program (SPSS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan cita rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, harga dan cita rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek, serta harga dan cita rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan citra merek sebagai variabel intervening.

Kata kunci : Harga, Cita Rasa, Keputusan Pembelian, Citra Merek