

**PENGARUH HARGA DAN CITA RASA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MIE INSTAN INDOMIE DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2019 FEB Universitas
Muhammadiyah Metro)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam Menyelesaikan
Program Sarjana**



OLEH

RINA EKA MAYANTI

NPM. 19610106

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO
2023**



**PENGARUH HARGA DAN CITA RASA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MIE INSTAN INDOMIE DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING
(Studi kasus pada mahasiswa manajemen angkatan 2019 FEB Universitas
Muhammadiyah Metro)**

SKRIPSI

Diajukan

**Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam Menyelesaikan Program
Sarjana**

RINA EKA MAYANTI

NPM.19610106

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO**

2023

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

ABSTRACT

Rina Eka Mayanti. 2022. *"The effect of price and taste on purchasing decisions of Indomie Instant Noodles with brand image as an intervening variable (Study on management 2019 batch students of FEB Muhammadiyah Metro University). Undergraduate thesis for the management study program, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Metro. Advisors (I) Ratmono, S.E., M.M. Advisor (II) H. Suwanto, S.E., M.M.*

Based on data from the World Instant Noodles Association (WINA), consumption of instant noodles in Indonesia is 13.27 billion servings in 2021. This number is the second largest after China/Hongkong. Instant noodles are very popular among Indonesians because they are easy to cook and serve. Instant noodles have a type of taste which favoured by Indonesians. Instant noodles also have a low price, so that they are affordable by the locals. The purpose of this research was to find out whether price had an effect on brand image. To find out whether taste had an effect on brand image. To find out whether the price affects the purchase decision. To find out whether taste had an effect on purchasing decisions. To find out whether the price and the taste affect purchasing decisions with brand image as the intervening variable. The sample of this research was 58 Management Batch Students of the 2019 in Muhammadiyah University of Metro. Data were collected through questionnaire sheets, and the data analysis used validity test, reliability test, normality test, homogeneity test, linearity test of significance regression, and path analysis using the program (SPSS). The results showed that the price and the taste had a positive and significant effects on purchasing decisions, the price and the taste had a positive and significant effects on brand image, and the price and the taste had positive and significant effects on purchasing decisions with brand image as the intervening variable.

Keywords :*Price, Taste, Purchase Decision, Brand Image*

HALAMAN PERSETUJUAN
SKRIPSI

PENGARUH HARGA DN CITA RASA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MIE INSTAN INDOMIE DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING

(Studi : Mahasiswa Manajemen Angkatan 2019 FEB Universitas
Muhammadiyah Metro)

RINA EKA MAYANTI
NPM : 19610106

Telah disetujui oleh:

Metro, 13 Maret 2023

Pembimbing I



Ratmono, S.E., M.M.
NIDN. 0220076001

Pembimbing II



H. Suwanto, S.E., M.M.
NIDN. 0210036801

Ketua Program Studi



Nani Septiana, S.E., M.M.
NIDN. 0220098901

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**PENGARUH HARGA DAN CITA RASA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MIE INSTAN INDOMIE DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2019 FEB Universitas
Muhammadiyah Metro)**

**RINA EKA MAYANTI
NPM. 19610106**

Telah Diuji Dan Dinyatakan Lulus Pada :

Hari : Jumat

Tanggal : 31 Maret 2023

Tempat Ujian : Ruang Sidang FEB UM Metro

Tim Penguji



Ratmono, S.E., M.M.
NIDN. 0220076001

Ketua Penguji



H. Suwanto, S.E., M.M.
NIDN. 0210036801

Sekretaris



H. Suryadi, S.E., M.M.
NIDN. 0229115901

Penguji Utama

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis



H. Suwanto, S.E., M.M.
NIDN. 0210036801



HALAMAN MOTTO

“Allah SWT. tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(Q.S.Al-Baqarah:286)

“Orang lain tidak akan bisa paham *struggle* dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin tahu hanya bagian *success stories*. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun tidak ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini, tetap berjuang ya! ”

“Yakin adalah kunci jawaban dari segala permasalahan. Dengan bermodal yakin merupakan obat mujarab penumbuh semangat hidup”

(Rina Eka Mayanti)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT atas segala karunia dan kemurahan yang diberikan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Karya ini kupersembahkan sebagai tanda cinta, kasih sayang dan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tuaku, Bapak Riswaji dan Ibu Sutinah tercinta yang selalu memberikan doa, kasih sayang, perhatian, semangat, motivasi dan materi, terima kasih atas semua yang telah diberikan, sehingga saya bisa bangga memiliki keluarga ini dan menjadi motivasi dan penyemangat dalam mendapatkan gelar sarjana.
2. Kedua adikku tercinta Yunita dan Dinar, kalian salah satu penyemangatku untuk segera menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih telah menghiburku dengan canda tawa kalian di sela diri ini penat akan hiruk pikuknya dunia perskripsian.
3. Untuk teman-teman kelas manajemen C, Mia, Salsa, dan Rahma sahabat seperjuangan yang penuh dengan drama perkuliahan dan perskripsian terima kasih atas doa dan dukungan kalian.
4. Untuk teman-teman Asrama Dion terima kasih atas doa dan dukungan kalian.
5. Terima kasih untuk semua pihak yang telah mensupport dan membantu selama pembuatan skripsi ini hingga selesai.
6. Almamaterku tercinta Universitas Muhammadiyah Metro.
7. Teruntuk diri sendiri yang mau dan mampu bertahan, berjuang, berusaha sekuat yang saya bisa, tidak menyerah walau banyak rasa dan godaan yang datang untuk berhenti, terimakasih karena sudah bertahan untuk tetap kuat sampai detik ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT berkat Rahmat, Hidayah, dan Karunia-Nya kepada kita semua sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “PENGARUH HARGA DAN CITA RASA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE INSTAN INDOMIE DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan program sarjana Strata-1 di Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Metro.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Karena itu pada kesempatan ini kami ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak H. Suwanto, S.E., M.M. selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro serta Dosen Pembimbing Skripsi II, yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, pikiran, untuk memberikan perhatian, arahan dan membimbing penulis dengan kesungguhan hati sehingga penyusunan skripsi ini menjadi lebih baik.
2. Ibu Nani Septiana, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.
3. Bapak Ratmono, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Skripsi I, yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, pikiran, untuk memberikan perhatian, arahan dan membimbing penulis dengan kesungguhan hati sehingga penyusunan skripsi ini menjadi lebih baik.
4. Bapak/Ibu dosen dan staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro yang telah memberikan ilmu dan senantiasa membimbing penulis sampai di tahap ini.
5. Orang tua tercinta yang selalu memberikan doa, kasih sayang, perhatian, semangat, motivasi dan materi, terima kasih atas semua yang telah diberikan, sehingga penulis bisa bangga memiliki keluarga ini dan menjadi motivasi dan penyemangat dalam mendapatkan gelar sarjana.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Dengan demikian, penulis mengharapkan kritik dan saran yang dapat membangun dan memperbaiki dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis umumnya dan pembaca khususnya.

Metro, 22 Oktober 2022



Rina Eka Mayanti

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rina Eka Mayanti

Npm : 19610106

Prodi : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Harga Dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Indomie Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2019 FEB Universitas Muhammadiyah Metro).”** adalah benar hasil karya tulis saya sendiri dan tidak merupakan plagiat karya orang lain, yang merupakan salah satu syarat dalam penyelesaian program S-1 pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.

Semua sumber data dan informasi yang saya gunakan dan saya peroleh dalam skripsi saya ini telah saya nyatakan dengan jelas dan benar apa adanya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Apabila dikemudian hari pernyataan ini tidak benar saya bersedia menerima sanksi yang telah ditetapkan oleh Universitas.

Metro, 31 Maret 2023

Yang membuat pernyataan



Rina Eka Mayanti
NPM. 19610106



UNIT PUBLIKASI ILMIAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
METRO

SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (*SIMILARITY CHECK*)

Nomor: 43/II.3.AU/F/UPI-UK/2023

Unit Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Metro dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : RINA EKA MAYANTI
NPM : 19610106
Jenis Dokumen : SKRIPSI

Judul:

PENGARUH HARGA DAN CITA RASA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE INSTAN INDOMIE DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2019 FEB Universitas Muhammadiyah Metro)

Telah dilakukan validasi berupa Uji Kesamaan (*Similarity Check*) dengan menggunakan aplikasi *Turnitin*. Dokumen telah diperiksa dan dinyatakan telah memenuhi syarat bebas uji kesamaan (*similarity check*) dengan persentase $\leq 20\%$. Hasil pemeriksaan uji kesamaan terlampir.

Demikian kami sampaikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.



Alamat

Jl. Ki Hajar Dewantara No.116
Iringmulyo, Kec. Metro Timur Kota Metro,
Lampung, Indonesia

Website: www.upi.ummetro.ac.id
E-mail: help@upi.ummetro.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN LOGO.....	ii
HALAMAN JUDUL.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
HALAMAN PERSETUJUAN.....	vi
HALAMAN PENGESAHAN	vii
HALAMAN MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	xii
SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (<i>Similarity Check</i>).....	xiii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Rumusan Masalah.....	5
D. Tujuan Penelitian	5
E. Kegunaan Penelitian	5
F. Ruang Lingkup Penelitian	6
G. Sistematika Penulisan	7
BAB II KAJIAN LITERATUR	
A. Kajian Literatur Yang Mendukung Variabel Terikat dan Bebas.....	8
1. Pengertian Pemasaran	8
2. Harga.....	10
3. Cita Rasa	13
4. Citra Merek.....	16
5. Keputusan Pembelian	18

B. Penelitian Relevan.....	20
C. Kerangka Pemikiran	21
D. Hipotesis Penelitian	22
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Desain Penelitian.....	24
1. Jenis Penelitian	24
2. Obyek Penelitian	24
B. Teknik Sampling	24
1. Populasi	24
2. Sampel	25
C. Definisi Operasional Variabel	26
1. Variabel Bebas / Independent	26
2. Variabel Terikat / Dependent	27
D. Teknik Pengumpulan Data	28
1. Kuesioner	28
E. Instrument Penelitian	29
F. Pengujian Instrument.....	30
1. Uji Validitas	30
2. Uji Reabilitas	31
G. Uji Asumsi Klasik	31
1. Uji Normalitas.....	31
2. Uji Homogenitas.....	32
3. Uji Linearitas dan Keberartian Regresi.....	33
H. Model Analisis.....	33
1. Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	33
I. Hipotesis Statistik	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Universitas Muhammadiyah Metro.....	35
1. Sejarah Universitas Muhammadiyah Metro	35
2. Visi dan Misi	36
3. Tugas dan Wewenang.....	37
B. Hasil Penelitian	40
1. Pengujian Instrumen	40
2. Distribusi Frekuensi	42

3. Uji Asumsi Klasik	46
4. Model Analisis	51
C. Pembahasan.....	54
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	57
B. Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 2 Jumlah Mahasiswa Manajemen angkatan 2019.....	25
Tabel 3 Skala Likert	28
Tabel 4 Kisi-kisi Instrumen.....	29
Tabel 5 Uji Reliabilitas Harga	41
Tabel 6 Uji Reliabilitas Cita Rasa	41
Tabel 7 Uji Reliabilitas Citra Merek	41
Tabel 8 Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian	42
Tabel 9 Frekuensi Skor Harga.....	42
Tabel 10 Frekuensi Skor Cita Rasa.....	43
Tabel 11 Frekuensi Skor Citra Merek.....	45
Tabel 12 Frekuensi Skor Keputusan Pembelian	46
Tabel 13 Uji Normalitas Persamaan 1	47
Tabel 14 Uji Normalitas Persamaan 2.....	48
Tabel 15 Hasil Uji Homogenitas	49
Tabel 16 Hasil Uji Linieritas Harga terhadap Keputusan Pembelian	50
Tabel 17 Hasil Uji Linieritas Cita Rasa terhadap Keputusan Pembelian	50
Tabel 18 Hasil Uji Linieritas Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	51
Tabel 19 Hasil Analisis Jalur Sub Struktural I	52
Tabel 20 Hasil Analisis Jalur Sub Struktural II	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Data Pra Survei.....	4
Gambar 2 Kerangka Pemikiran	22
Gambar 3 Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro	37
Gambar 4. Histogram variabel harga	43
Gambar 5. Histogram Variabel Cita Rasa	44
Gambar 6. Histogram Variabel Citra Merek	45
Gambar 7. Histogram Variabel Keputusan Pembelian	46
Gambar 8 Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual Persamaan 1	47
Gambar 9 Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual Persamaan 2	48
Gambar 10. Sub Struktural I	52
Gambar 11. Sub Struktural II	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	60
Lampiran 2. Tabulasi Responden.....	71
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas Dan Realibilitas Harga.....	77
Lampiran 4. Uji Normalitas.....	83
Lampiran 5. Uji Homogenitas	84
Lampiran 6. Uji Linieritas	84
Lampiran 7. Analisis Jalur.....	88
Lampiran 8. Tabel T Product Momen Pada Sig 0.05.....	90
Lampiran 9. Tabel L.Df1/Df1	91