

**PENGARUH CITA RASA, KEMASAN, DAN EKUITAS
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MI INSTAN INDOMIE**
(Studi Pada Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Purwokerto)



SKRIPSI

HENI TRI YULIANI

1902010289

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
SEPTEMBER, 2023**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH CITA RASA, KEMASAN, DAN EKUITAS
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MI INSTAN INDOMIE**

(Studi Pada Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Purwokerto)



SKRIPSI

HENI TRI YULIANI

1902010289

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui
oleh dosen pembimbing yang telah bertanda tangan dibawah ini:

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Erny Rachmawati'.

Dr. Erny Rachmawati, SE.,MM

NIK: 2160122

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan :

Nama : Heni Tri Yuliani
Nomor Induk Mahasiswa (NIM) : 1902010289
Program Studi : Manajemen SI
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul Proposal Skripsi : Pengaruh Cita Rasa, Kemasan, dan Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian Mi Instan Indomie (Study pada Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Purwokerto)

Telah berhasil dipertahankan oleh Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

DEWAN PENGUJI

Ketua : Dr. Emy Rachmawati, SE., MM

Anggota 1 : M. Agung Miftahuddin, S.E., M.Si

Anggota 2 : Fatmah Bagis S.E., M.Si

Ditetapkan di : Purwokerto

Tanggal : 3 Agustus 2023

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto



Assoc. Prof. Dr. Naetati Tubastuvi, S.E., M.Si

NIK: 2160187

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Heni Tri Yuliani
Nomor Induk Mahasiswa (NIM) : 1902010289
Program Studi : Manajemen SI
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dan apabila kelak dikemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia menanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 3 Agustus 2023
Yang membuat pernyataan



METERAI
TEMPEL
20137AKX548886673

Heni Tri Yuliani

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai aktivitas akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Heni Tri Yuliani
Nomor Induk Mahasiswa (NIM) : 1902010289
Program Studi : Manajemen SI
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Jenis Karya : Skripsi

menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**PENGARUH CITA RASA, KEMASAN DAN EKUITAS MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MI INSTAN INDOMIE**
(Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalif media/formatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (*data based*), merawat dan mempublikasikan Tugas Akhir saya dengan mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilih Hak Cipta.

Pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya.

Dibuat di : Purwokerto
Pada tanggal : 3 Agustus 2023
Yang membuat pertanyaan,




Heni Tri Yulian.

HALAMAN MOTTO

Jadilah Orang yang Lebih Sabar

Kualitas kesabaran diuji supaya menjadi tenang dan penuh kasih sayang. Semakin sabar kita semakin dapat menerima hidup ini apa adanya, bukan semakin memaksakan hidup ini persis yang kita kehendaki. Tanpa kesabaran, hidup pastilah akan membuat kita sangat frustrasi, mudah jengkel, terganggu dan merasa tersakiti. Kesabaran menambah ketentraman dan rasa menerima pada hidup kita sangat penting bagi ketenangan batin.

-Jangan membuat masalah kecil jadi masalah besar (Richard Carlson)

"It's fine to take until you make it, until you do, until it true"

-(Taylor Swift)

Jangan biarkan kesulitan menguasaimu, percayalah bahwa ini malam yang gelap dan hari yang cerah akan datang. Karena sesungguhnya dengan kesulitan akan ada kemudahan.

(QS Al-Insyirah:5)

Keluargamu dirumah tidak akan paham gimana struggle nya kamu di kampus.

Temenmu tidak ada yang tau bagaimana dinamika keluargamu saat ini.

Sahabatmu tidak akan bagaimana perjuanganku selama ini.

Even semua orang belum dapat mengerti ketakutan, kekhawatiran, keputusan maupun kesedihanku selama ini.

Apapun yang sedang kamu alami dan rasakan saat ini hadapilah semua dengan penuh kepercayaan dan tanggung jawab. Jangan pernah lari dari masalah, seberat apapun itu masalahnya.

Keep fighting and goodluck...

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamiin, puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunianya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan di waktu yang tepat. Dengan penuh kerendahan hati, saya mempersembahkan skripsi ini kepada orang-orang tercinta yang sangat berjasa bagi saya.

Dengan penuh kerendahan hati dan tetap semangat, penulis
Mempersembahkan skripsi ini kepada orang-orang yang sangat berjasa
Dan sangat penting bagi penulis.

Teruntuk orang tua penulis: Alm Papah Heri Pramono
Mamah Sudarmi.

Terima kasih atas semua doa, dukungan yang telah diberikan.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan yang telah diberikan, Aamiin yarabb..

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Bismillahirrahmanirrahim

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, dapat menyelesaikan proposal skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini.

Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Assoc. Prod. Dr. Jebul Suroso, S.Kp., Ns., M.Kep selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto;
2. Assoc. Prof. Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto;
3. Drs. Suyoto, M.Si Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Muhammadiyah Purwokerto;
4. Dr. Erny Rachmawati, SE., MM selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi;


5. M. Agung Miftahudin S.E., M.Si selaku Dosen Penguji 1 yang selalu memberikan saran yang membangun sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi dengan baik;
6. Fatmah Bagis S.E., M.Si selaku Dosen Penguji 2 yang selalu memberikan saran yang membangun sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi dengan baik;
7. Arini Hidayah, S.E., M. Si. Selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu memberikan dukungan serta semangat selama saya berada dibangku perkuliahan;
8. Bapak/ibu Dosen serta seluruh staff dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang memberikan bekal ilmu dan pengetahuan selama berada di bangku perkuliahan dan atas segala bantuan dalam bentuk pelayanan serta fasilitas yang diberikan;
9. Untuk kedua orang tua saya, alm. Papah Heri Pramono dan Ibu Sudarmi dan kakak saya Herbowo Utomo A.P. dan Lida Andina A.Md yang selalu mendoakan saya serta memberikan *support* dan dukungan;
10. Untuk cowo saya R. Arya Pasopati yang telah membantu saya, selalu memberikan semangat, *support system* serta yang selama ini menemani saya dalam proses pengerjaan skripsi.
11. Teman-teman saya Marsella, Chika, Valen, Dewi, Safira, Rexa, terima kasih banyak telah membantu, memberikan masukan, semangat, dukungan serta mendengarkan keluh kesah saya dalam menjalani pembuatan proposal skripsi ini;

12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah turut mendoakan dan mendukung dalam proses penulisan skripsi ini;

13. *Last but not least, I wanna thank me. I wanna thank me for believing in me. I wanna thank me for doing all this hardwork. I wanna thank me for having no days off. I wanna thank me for never quitting.*

Akhir kata, saya berharap kepada Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu saya. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Purwokerto, 3 Agustus 2023
Penulis,



Heni Tri Yuliani

**PENGARUH CITA RASA, KEMASAN, DAN EKUITAS
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MI INSTAN INDOMIE**
(Studi Pada Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Purwokerto)

Heni Tri Yuliani¹

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
E-MAIL: hennyhty@gmail.com

Erny Rachmawati²

Universitas Muhammadiyah Purwokerto
E-MAIL: ernyrachmawati67@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Cita Rasa, Kemasan, dan Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian Mi Instan Indomie. Sampel pada penelitian ini sebanyak 104 sebagai responden adalah mahasiswa yang dipilih berdasarkan Teknik *Sampling Insidental*. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Uji Instrument, Statistik Deskriptif, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Berganda, dan Uji Hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan cita rasa, kemasan, dan ekuitas merek secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Cita rasa dan kemasan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sedangkan Ekuitas merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Keputusan Pembelian, Cita Rasa, Kemasan, Ekuitas Merek.

**THE EFFECT OF TASTE, PACKAGING AND BRAND EQUITY ON BUYING
DECISION OF INDOMIE INSTANT NOODLES**

(Study on Students of Universitas Muhammadiyah Purwokerto)

Heni Tri Yuliani¹

Universitas Muhammadiyah Purwokerto

E-MAIL: hennyhty@gmail.com

Dr. Erny Rachmawati, SE., MM²

Universitas Muhammadiyah Purwokerto

E-MAIL: ernyrachmawati67@gmail.com

ABSTRAK

This study analyze the influence of taste, packaging, and brand equity on buying decision of Indomie instant noodles. The sample in this study amounted to 104 people as respondents were students who were selected based on the Incidental Sampling Technique. The data analysis method used in this research are Instrument Test, Descriptive Statistics, Classical Assumption Test, Multiple Regression Analysis, and Hypothesis Test. The results of this study indicated that taste, packaging, and brand equity simultaneously influence buying decision. Taste and packaging have a positive effect on purchasing decisions while brand equity has no effect on purchasing decisions.

Kata kunci: Buying Decision, Taste, Packaging, Brand Equity

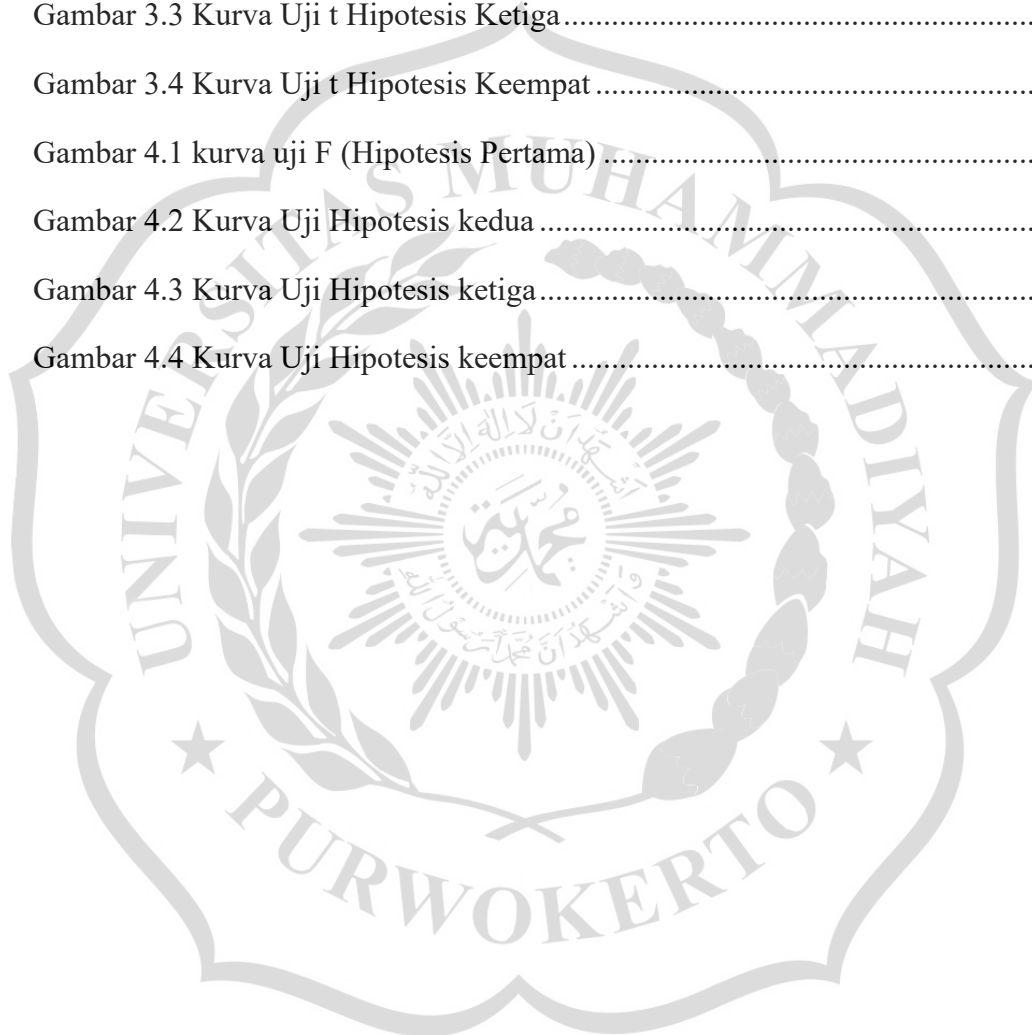
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK	xi
ABSTRAK	xiii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
GAMBAR TABEL	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	8
C. Pembatasan Masalah.....	8
D. Tujuan Masalah.....	9
E. Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
A. Landasan Teori.....	11
1. Perilaku Konsumen.....	11
2. Keputusan Pembelian	17
3. Cita Rasa	19
4. Kemasan.....	21
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	29
C. Kerangka Pemikiran.....	38

D. Hipotesis	43
BAB III METODE PENELITIAN.....	44
A. Jenis Penelitian.....	44
B. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	44
C. Jenis, Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	46
D. Variabel Penelitian.....	47
E. Definisi Operasional	48
F. Metode Analisis Data.....	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	62
A. Hasil Penelitian	62
1. Gambaran Umum Mi Instan Indomie	62
2. Deskripsi Responden.....	63
3. Statistik Deskriptif Jawaban Responden.....	67
4. Uji Instrumen Data.....	74
5. Uji Asumsi Klasik	79
B. Hasil Pembahasan	91
BAB V PENUTUP.....	97
A. Kesimpulan	97
B. Keterbatasan Penelitian.....	97
C. Saran	98
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN.....	103

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Market Share di Indonesia.....	3
Gambar 3.1 Kurva Uji F Hipotesis Pertama	57
Gambar 3.2 Kurva Uji t Hipotesis Kedua	59
Gambar 3.3 Kurva Uji t Hipotesis Ketiga.....	60
Gambar 3.4 Kurva Uji t Hipotesis Keempat	61
Gambar 4.1 kurva uji F (Hipotesis Pertama)	87
Gambar 4.2 Kurva Uji Hipotesis kedua	88
Gambar 4.3 Kurva Uji Hipotesis ketiga	89
Gambar 4.4 Kurva Uji Hipotesis keempat	90



GAMBAR TABEL

Tabel 2.1 Model Perilaku Konsumen.....	12
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel dan Item Pernyataan.....	49
Tabel 4.1 <i>Response Rate</i>	64
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	65
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Fakultas/Program Studi	66
Tabel 4.5 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian (Y)	68
Tabel 4.6 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Cita Rasa (X1).....	70
Tabel 4.7 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Kemasan (X2)	71
Tabel 4.8 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Ekuitas Merek (X3).....	73
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	74
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Cita Rasa	75
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Kemasan.....	76
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Ekuitas Merek	77
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas.....	78
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas	79
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas.....	80
Tabel 4.16 Hasil Uji Heteroskedastisitas	81
Tabel 4.17 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	83
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	85
Tabel 4.19 Hasil Uji F.....	86