

**DAYA TARIK KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE INSTAN
INDOMIE**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Disusun Oleh:

NIKA OCTAFIA
B100170325

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2021**

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul:

DAYA TARIK KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE INSTAN INDOMIE

Yang ditulis dan disusun oleh:

NIKA OCTAFIA
B100170325

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 31 Mei 2021

Pembimbing



(Dr. Edy Purwo Saputro, S.E., M.Si.)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. Drs. Syamsudin, M.M.)

NIP-19570217 1986 031 001



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartosuro Telp. (0271) 717417 Surakarta – 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **NIKA OCTAFIA**

NIM : **B100170325**

Jurusan : **MANAJEMEN**

Judul Skripsi : **DAYA TARIK KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE INSTAN**

INDOMIE

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya yang telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 20 Mei 2021

Yang membuat pernyataan,

NIKA OCTAFIA

MOTTO

“Allah tidak akan membebani seseorang itu melainkan sesuai dengan kesanggupannya” (*Q.S Al-Baqarah :286*)

“Sesungguhnya Allah tidak akan merubah keadaan suatu kaum, kecuali mereka mengubah keadaan mereka sendiri” (*Q.S. Ar Ra'd : 11*)

Habis Gelap Terbitlah Terang

(R.A Kartini)

PERSEMBAHAN

Bismillahirrohmannirrahiim

Alhamdulillah atas berkah, rahmat, dan limpahan nikmat-Nya berupa kesehatan dan kesempatan, penulis diberikan kemudahan untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Maka karya ini penulis persembahkan untuk:

1. Allah SWT yang selalu memberi kemudahan, nikmat, karunia serta hidayah-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Kedua orang tua Bapak Kardono dan Ibu Suwarni yang tercinta yang telah memberikan kasih sayang, nasihat dan masukan, serta selalu mendoakan yang terbaik.
3. Pembimbing Skripsi Bapak Dr. Edy Purwo Saputro, SE., MSi. Yang telah membimbing dalam penulisan skripsi.
4. Penguji Skripsi Bapak Kusdiyanto, SE., MSi dan Bapak Agus Muqorobin, SE., MM. Yang telah memberi masukan dalam penulisan skripsi.

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh influencer, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian mie instan Indomie di Universitas Muhammadiyah Surakarta. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang pernah melakukan pembelian mie instant Indomie sebanyak 108 responden. Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan diolah menggunakan alat analisis Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) dengan software SPSS 26. Hasil analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Influencer* dan Citra merek berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian sedangkan variable Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: *Influencer*, Citra Merek, Harga, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of influencers, brand image and price on purchasing decisions for Indomie instant noodles at the Muhammadiyah University of Surakarta. The population and sample in this study were 108 students who had purchased Indomie instant noodles. Sources of data in this study use primary data. The data collection method uses a questionnaire and is processed using the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) analysis tool with SPSS 26 software. The results of the analysis in this study indicate that the Influencer variable and brand image have a positive but insignificant effect on purchasing decisions, while the price variable has a positive and significant effect. significant to the purchase decision.

Keywords: *Influencer, Brand Image, Price, Purchase Decision.*

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmannirrohim

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Syukur Alhamdulillah senantiasa penulis panjatkan kehadiran ALLAH SWT, yang telah melimpahkan rahmatNYA sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini, yang berjudul “DAYA TARIK KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE INSTAN INDOMIE”. Skripsi ini disusun dengan maksud untuk memenuhi salah satu syarat dalam rangka menyelesaikan program pendidikan Strata 1 (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung hingga selesainya skripsi ini. Maka pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Sofyan Arif, M.Si, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. Syamsudin, M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Imronudin, S.E., M.Si., Ph.D selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

4. Bapak Dr. Edy Purwo Saputro, SE., MSi selaku pembimbing skripsi yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan masukan, bimbingan, dan arahan dari awal penyusunan hingga terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulisan selanjutnya, kritik dan saran yang membangun demi perbaikan skripsi ini sangat penulis harapkan.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAKSI	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Tinjauan Teori	8
B. Penelitian Terdahulu.....	11
C. Hipotesis.....	14

D. Kerangka Pemikiran.....	16
BAB III METODE PENELITIAN.....	18
A. Jenis Penelitian.....	18
B. Definisi Operasioanal.....	18
C. Data dan Sumber Data.....	20
D. Metode Pengumpulan Data.....	20
E. Desain Pengambilan Sampel.....	21
F. Metode Analisis Data.....	21
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	25
A. Deskripsi Responden.....	25
B. Uji Instrumen Penelitian.....	27
C. Uji Asumsi Klasik	
D. Uji ketetapan Model.....	32
E. Uji Hipotesis.....	34
F. Pembahasan.....	36
BAB V PENUTUP.....	41
A. Kesimpulan.....	41
B. Keterbatasan Penelitian.....	42
C. Saran.....	43
DAFTAR PUSTAKA.....	44
LAMPIRAN.....	46

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	11
Tabel 3.1 Definisi Operasional	19
Tabel 4.1 Deskripsi Jenis Kelamin.....	26
Tabel 4.2 Deskripsi Usia.....	27
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas.....	28
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	29
Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas	30
Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinieritas	31
Tabel 4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas	32
Tabel 4.8 Ringkasan Model (R ²).....	32
Tabel 4.9 ANNOVA	33
Tabel 4.10 Koefisien.....	34
Tabel 4.11 Rangkuman Hasil Uji t.....	35

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	17
-----------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	47
Lampiran 2 Hasil Analisis Jawaban Responden.....	51
Lampiran 3 Identitas Responden.....	64
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas	65
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas	69
Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	71
Lampiran 7 Hasil Uji Ketetapan Model	74
Lampiran 8 Hasil Uji Hipotesis	75