

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS, DAN HARGA
PRODUK MIE INSTAN SAMYANG PADA MINAT BELI
KONSUMEN MILENIAL**

(Studi Kasus Pada Konsumen Mie Instan Samyang di Kota

Jakarta)

TUGAS AKHIR



Diza Nadine S.

1161001061

**Program Studi S1 Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial**

Universitas Bakrie

Jakarta

2021

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS, DAN HARGA
PRODUK MIE INSTAN SAMYANG PADA MINAT BELI
KONSUMEN MILENIAL**

**(Studi Kasus Pada Konsumen Mie Instan Samyang di Kota
Jakarta)**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana

Manajemen



Diza Nadine S.

1161001061

Program Studi S1 Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Universitas Bakrie
Jakarta
2021

**HALAMAN PERNYATAAN
ORISINALITAS**

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan
semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Diza Nadine S.

NIM : 1161001061

Tanda Tangan : 

Tanggal : 10 Agustus 2021

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Diza Nadine Siswaryudi

NIM : 1161001061

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

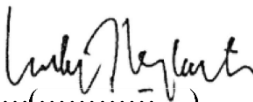
Judul Skripsi : ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS,
DAN HARGA PRODUK MIE INSTAN SAMYANG PADA KONSUMEN
MILENIAL

(Studi Kasus pada Konsumen Mie Instan Samyang di Kota Jakarta)


Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI


Pembimbing : Imbang J. Mangkuto, Ir., M.Sc., M.B.A


(.....)

Penguji I : Holila Hatta, S,Pd, MM

()

Penguji II : Gunardi Endro, Ph.D

()
(.....)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 10 Agustus 2021

UNGKAPAN TERIMA KASIH

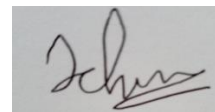
Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan karunia-Nya yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen Program Studi S1 Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Penulis menyadari selama proses penulisan Tugas Akhir ini tidak selalu berjalan mudah. Namun, berkat bantuan, bimbingan dan dukungan berbagai pihak, penulis mampu menghadapi segala kendala yang ada. Ungkapan terima kasih ini penulis sampaikan kepada:

1. Kedua orang tua penulis, terutama ibu dari penulis, yang selalu mendoakan, memberikan motivasi dan perhatian serta semangat kepada penulis hingga penulis mampu mendapatkan gelar sarjana ini;
2. Kakak penulis, yang memberikan semangat dan doa terbaiknya;
3. Bapak Imbang J. Mangkuto, Ir., M.Sc., M.B.A. Selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan masukan dan bimbingan serta dukungan dan motivasi kepada penulis agar tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik;
4. Ibu Holila Hatta S.Pd, MM, Selaku dosen pembahas proposal yang telah membantu memberikan arahan dan masukan kepada penulis serta motivasi sehingga tugas akhir dapat diperbaiki dan ditingkatkan menjadi lebih baik lagi;
5. Bapak Gunardi Endro, Ph. D Selaku dosen penguji tugas akhir yang membantu serta memberikan masukan-masukan selama penulis berkuliah dan menyelesaikan tugas;
6. Segenap dosen Program Studi Manajemen Universitas Bakrie yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan ilmu, pengetahuan, dan pengalamannya kepada penulis;

7. Team “KONENG” yang selalu menjadi teman main serta mengerjakan tugas selama dalam perkuliahan;
8. Teman – teman lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungannya juga kepada penulis;
9. Segenap staf Universitas Bakrie khususnya Program Studi Manajemen serta pihak luar yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, dalam membantu penulis menyelesaikan perkuliahan ini.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi penyempurnaan tugas akhir ini. Akhir kata, penulis berharap semoga semua bantuan dan jerih payah yang telah diberikan mendapatkan berkat dari Tuhan Yang Maha Esa serta mudah-mudahan tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi penulis dan pembaca.

Jakarta, 10 Agustus 2021



Diza Nadine S.

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Diza Nadine S.
NIM : 1161001061
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

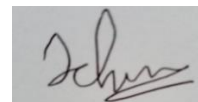
ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS, DAN HARGA PRODUK MIE INSTAN SAMYANG PADA MINAT BELI KONSUMEN MILENIAL

(Studi Kasus Pada Konsumen Mie Instan Samyang di Kota Jakarta)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 10 Agustus 2021



Diza Nadine S.

ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS, DAN HARGA PRODUK MIE INSTAN SAMYANG PADA MINAT BELI KONSUMEN MILENIAL

(Studi Kasus Pada Konsumen Mie Instan Samyang di Kota Jakarta)

Diza Nadine S.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa dan bagaimana pengaruh dari citra merek, kualitas, dan harga dari produk mie instan Samyang terhadap minat beli konsumen generasi milenial. Penelitian ini dilakukan terhadap para konsumen mie instan Samyang yang terdapat di kota Jakarta. Metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif kuantitatif dan dilakukan dengan Uji Independent T Test dan metode tabel crosstab. Hasil penelitian deskriptif kuantitatif menunjukkan bahwa faktor citra merek, kualitas, dan harga, baik secara mandiri maupun secara simultan, memiliki pengaruh positif terhadap minat beli konsumen milenial. Lalu metode tabel crosstab juga menunjukkan bahwa antar faktor pun juga memiliki hubungan tertentu. Dengan demikian faktor citra merek secara signifikan berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen, faktor kualitas juga secara signifikan berpengaruh positif pada minat beli konsumen, dan faktor harga pun secara signifikan berpengaruh positif pada minat beli konsumen.

Kata kunci : citra merek, kualitas, harga, minat beli, tabel crosstab.

ANALYSIS OF INFLUENCE FROM BRAND IMAGE, QUALITY, AND PRICE OF
SAMYANG INSTANT NOODLES TO BUYING INTENTIONS OF MILLENNIAL
GENERATIONS' CONSUMERS

(Case Study on the consumer in the city of Jakarta)

Diza Nadine S.

ABSTRACT

This study aims to determine what and how is the influence of brand image, quality, and price of Samyang instant noodles to the buying intentions of millennial generations' consumers. This study had been done to the consumer of Samyang instant noodles in the city of Jakarta. The research method used is descriptive quantitative and was carried out with the Independent T Test and the Cross-tables method. The results of quantitative descriptive research indicate that the factors of brand image, quality, and price, independently or collectively, had a positive influence to the buying intentions of millennial generations' consumers. The Cross-tables indicates that between the factors there are also relationships. It can be said that brand image had a significant positive influence to the buying intentions of consumers, quality also had a significant positive influence to the buying intentions of consumers, and price had a significant positive influence to the buying intentions of consumers, too.

Keywords : brand image, quality, price, buying intentions, Cross-tables.

Daftar Isi

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	3
HALAMAN PENGESAHAN.....	4
UNGKAPAN TERIMA KASIH.....	5
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	7
ABSTRAK.....	8
ABSTRACT.....	9
BAB I PENDAHULUAN.....	13
1.1 Latar Belakang.....	13
1.2 Rumusan Masalah.....	23
1.3 Tujuan Penelitian.....	25
1.4 Manfaat Penelitian.....	25
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	27
2.1 Landasan Teori.....	27
2.1.1 Merek.....	27
2.1.2 Minat Beli.....	27
2.1.3 Citra Merek.....	29
2.1.4 Kualitas Produk.....	31
2.1.5 Harga Produk.....	33
2.2 Penelitian Terdahulu.....	36
2.3 Kerangka Pemikiran.....	39
2.4 Hipotesis.....	40
BAB III METODE PENELITIAN.....	41
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	41
3.1.1 Variabel Penelitian.....	41

3.1.1.1 Variabel Dependen.....	41
3.1.1.2 Variabel Independen.....	41
3.1.2 Definisi Operasional Variabel.....	42
3.2 Populasi dan Sampel.....	43
3.2.1 Populasi.....	43
3.2.2 Sampel.....	43
3.2.2.1 Penentuan Jumlah Sampel.....	43
3.2.3 Penentuan Penarikan Sampel.....	44
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	44
3.3.1 Data Primer.....	44
3.3.2 Data Sekunder.....	45
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	45
3.4.1 Kuesioner (Angket).....	45
3.4.2 Studi Kepustakaan.....	46
3.5 Metode Analisis Data.....	46
3.5.1 Analisis Kuantitatif.....	46
3.5.2 Analisi Deskriptif.....	47
3.6 Uji Instrumen Data.....	47
3.6.1 Uji Validitas.....	47
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	48
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	48
3.6.3.1 Uji Normalitas.....	48
3.6.3.2 Uji Multikolinearitas.....	49
3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas ..	
.....,,.....	49
3.7 Analisis Regresi Linier	
Berganda.....	50

3.7.1 Uji Goodness of Fit.....	50
3.7.2 Uji Signifikan Parameter Individu (Uji t).....	50
3.7.3 Uji Kelayakan Model (Uji F).....	51
3.7.4 Koefisien Determinasi (R ²).....	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	53
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	53
4.1.1 Deskripsi Data.....	53
4.2 Metode Analisis Data.....	64
4.3 Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	64
4.4 Implikasi Manajerial.....	70
BAB V KESIMPULAN.....	71
5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Saran.....	72
Daftar Pustaka.....	73
Lampiran.....	76