

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND*
IMAGE, DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN
MIE INSTANT SEDAAP**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS-TUGAS DAN MEMENUHI
SALAH SATU SYARAT GUNA MEMPEROLEH GELAR SARJANA
MANAJEMEN**



SILVANA AGDIANTI

NPM 19200052

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FALKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA
2024**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA**

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Silvana Agdianti

NPM : 19200052

**Judul : Pengaruh Kualitas Produk, *Brand Image*
Dan Harga Terhadap keputusan
Pembelian Mie Instant Sedaap**

**Tim Penguji :
Dosen Pembimbing**

(Sumardjono, S.E, M.M.)

Dosen Penguji I

Dosen Penguji II

(Yuli Anwar, S.E., M.Ak.)

(Wartoyo Hadi, S.E., M.M.)

Mengetahui :

Ketua Prodi

Dekan

(Yustiana Wardhani S.Hut, M.M.)

(Yustiana Wardhani S.Hut, M.M.)

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan penelitian proposal yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, *Brand Image*, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instant Sedaap”. Proposal ini disusun guna memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan studi pada Program Studi Manajemen, Program Sarjana Universitas Binaniaga Indonesia.

peneliti menyadari bahwa tidak ada suatu karya manusia yang sempurna terutama karena terbatasnya kemampuan dan pengetahuan yang peneliti miliki. Untuk itu, peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak agar penyajian tulisan di masa yang akan datang dapat jauh lebih baik lagi.

penyusunan proposal ini banyak sekali memperoleh bimbingan, bantuan, dan dorongan, baik secara moril maupun materil agar proposal ini mendapatkan hasil yang maksimal. Oleh karena itu, izinkan peneliti menyampaikan ucapan terimakasih sebesar-besarnya kepada;

1. Dr. Ismulyana Djan, S.E., M.M. selaku Rektor Universitas Binaniaga Indonesia.
2. Dr. Yuli Anwar, S.E., M.Ak., selaku Wakil Rektor I, Bapak Dedy Mulyadi, S.Si., M.Kom. selaku Wakil Rektor II dan Ibu Yustiana Wardhani, S.Hut., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Binaniaga Indonesia.
3. Ibu Yustiana Wardhani, S.Hut., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen
4. Bapak Sumardjono, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan bimbingannya dengan sangat baik.
5. Bapak/Ibu dosen serta seluruh staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas

6. Binaniaga Indonesia yang telah memberikan ilmu dan pelayanan yang baik kepada peneliti.
7. Kedua orangtua tercinta yang selalu memberikan dukungan dan doanya untuk dapat menyelesaikan proposal ini.
8. Teman Terbaik Eka Ayu Andini yang selalu memberi bimbingan, bantuan, dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
9. Teman seperjuangan Ria Irawan, Zahra Nadhira, Sesilia Rizki, Vina Octaviani, Iim Rohimah, Fitriya yang selalu memberi bimbingan dan bantuan kepada saya dan memberi motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Seluruh rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Binaniaga Indonesia yang telah membantu, mendoakan, dan mendukung dalam menyelesaikan proposal ini.
11. Akhir kata, peneliti berharap proposal ini bermanfaat bagi banyak pihak terutama bagi peneliti sendiri dalam rangka pengembangan pendidikan di masa sekarang dan masa yang akan datang.

Bogor, 22 November 2024

Silvana Agdianti

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A.Latar Belakang	1
B.Identifikasi Masalah.....	13
C.Batasan Masalah	14
D.Rumusan Masalah.....	14
E.Tujuan Penelitian	15
F.Kegunaan Penelitian	15
G.Sistematika Penelitian.....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
A.Kajian Teori.....	18
B.Penelitian Terdahulu	41
C.Kerangka Pemikiran.....	53
D.Hipotesis Penelitian	54
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	57
A.Metode penelitian	57
B.Tempat dan Waktu Penelitian	57

C.Variabel dan Pengukuran.....	58
D.Populasi dan Sampel.....	62
E.Metode Pengumpulan Data	64
F.Instrumen Penelitian	64
G. Teknik Analisis Data	65
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	76
A. Sejarah Perusahaan	76
B.Pembahasan	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	116
A.Kesimpulan	116
B.Saran.....	117
DAFTAR PUSTAKA.....	118
LAMPIRAN	122

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Jumlah Konsumsi Mie Instant 2022	2
Gambar 2 Data perkembangan penjual Mie Sedaap.....	5
Gambar 3 Tekstur Mie Sedaap	9
Gambar 4 Kerangka Pemikiran	53
Gambar 5 Indikator Reflektif	68
Gambar 6 Model Penelitian SEM - PLS	69
Gambar 7 Indikator Reflektif dan Gambar Outher.....	70
Gambar 8 Konsep Evaluasi Model Pengukuran.....	71
Gambar 9 Inner Model.....	73
Gambar 10 Konsep model struktural	73
Gambar 11 Logo Perusahaan.....	77
Gambar 12 Hasil Pengujian Outher Loading Sebelum Eliminasi	100
Gambar 13 Hasil Pengujian Outher Loading Setelah Eliminasi	101
Gambar 14 Hasil Uji Hipotesis.....	109

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Rating Penjualan Mie instan	3
Tabel 2	Varian Rasa dan Harga Mie Sedaap.....	4
Tabel 3	Persaingan Harga Mie Instan	4
Tabel 4	Pra-survei Keputusan Pembelian	6
Tabel 5	Pertimbangan Konsumen Dalam Membeli Produk.....	7
Tabel 6	Survei Pendahuluan kualitas produk	8
Tabel 7	survei pendahuluan Brand image	10
Tabel 8	Survei Pendahuluan Harga	11
Tabel 9	Penelitian Terdahulu.....	41
Tabel 10	Rencana Penelitian	58
Tabel 11	Operasional Variabel	60
Tabel 12	Skala Likert.....	65
Tabel 13	Penilaian Rentang Kelas	67
Tabel 14	ringkasan pendoman umum evaluasi model pengukuran dan struktural	75
Tabel 15	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	78
Tabel 16	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	79
Tabel 17	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	79
Tabel 18	Distribusi frekuensi Keputusan Pembelian 1	80
Tabel 19	Distribusi frekuensi Keputusan Pembelian 2.....	81
Tabel 20	Distribusi frekuensi Keputusan Pembelian 3	81
Tabel 21	Distribusi frekuensi Keputusan Pembelian 4.....	82
Tabel 22	Distribusi frekuensi Keputusan Pembelian 5	82
Tabel 23	Distribusi frekuensi Keputusan Pembelian 6.....	83
Tabel 24	Distribusi frekuensi Keputusan Pembelian 7	83
Tabel 25	Distribusi frekuensi Keputusan Pembelian 8	84
Tabel 26	Distribusi frekuensi Keputusan Pembelian 9	84
Tabel 27	Distribusi frekuensi Kualitas produk 1	85
Tabel 28	Distribusi frekuensi Kualitas produk 2.....	85

Tabel 29 Distribusi frekuensi Kualitas produk 3.....	86
Tabel 30 Distribusi frekuensi Kualitas produk 4.....	86
Tabel 31 Distribusi frekuensi Kualitas produk 5.....	87
Tabel 32 Distribusi frekuensi Kualitas produk 6.....	87
Tabel 33 Distribusi frekuensi Kualitas produk 7.....	88
Tabel 34 Distribusi frekuensi Kualitas produk 8.....	88
Tabel 35 Distribusi frekuensi Kualitas produk 9.....	89
Tabel 36 Distribusi frekuensi Kualitas produk 10.....	89
Tabel 37 Distribusi frekuensi Kualitas produk 11.....	90
Tabel 38 Distribusi frekuensi Kualitas produk 12.....	90
Tabel 39 Distribusi frekuensi Brand Image 1.....	91
Tabel 40 Distribusi frekuensi Brand Image 2.....	91
Tabel 41 Distribusi frekuensi Brand Image 3.....	92
Tabel 42 Distribusi frekuensi Brand Image 4.....	92
Tabel 43 Distribusi frekuensi Brand Image 5.....	93
Tabel 44 Distribusi frekuensi Brand Image 6.....	93
Tabel 45 Distribusi frekuensi Brand Image 7.....	94
Tabel 46 Distribusi frekuensi Brand Image 8.....	94
Tabel 47 Distribusi frekuensi Brand Image 9.....	95
Tabel 48 Distribusi frekuensi Harga Produk 1.....	95
Tabel 49 Distribusi frekuensi Harga Produk 2.....	96
Tabel 50 Distribusi frekuensi Harga Produk 3.....	96
Tabel 51 Distribusi frekuensi Harga Produk 4.....	97
Tabel 52 Distribusi frekuensi Harga Produk 5.....	97
Tabel 53 Distribusi frekuensi Harga Produk 6.....	98
Tabel 54 Distribusi frekuensi Harga Produk 7.....	98
Tabel 55 Distribusi frekuensi Harga Produk 8.....	99
Tabel 56 Distribusi frekuensi Harga Produk 9.....	99
Tabel 57 Hasil Loading Factor.....	102
Tabel 58 Hasil Average Variance Extracted (AVE).....	104
Tabel 59 Nilai Cross Loading.....	105

Tabel 60 Hasil Uji Reliabilitas	107
Tabel 61 Hasil Uji R-Square	108
Tabel 62 Path Coefficient dan t-statistic	110

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	123
Lampiran 2 Hasil Tabulasi Data Mentah	130
Lampiran 3 Hasil Outer Loadings.....	138
Lampiran 4 Hasil Discriminant Validity	140
Lampiran 5 Hasil Construct Reliability and Validity	143
Lampiran 6 Hasil Pengujian Inner Model	143