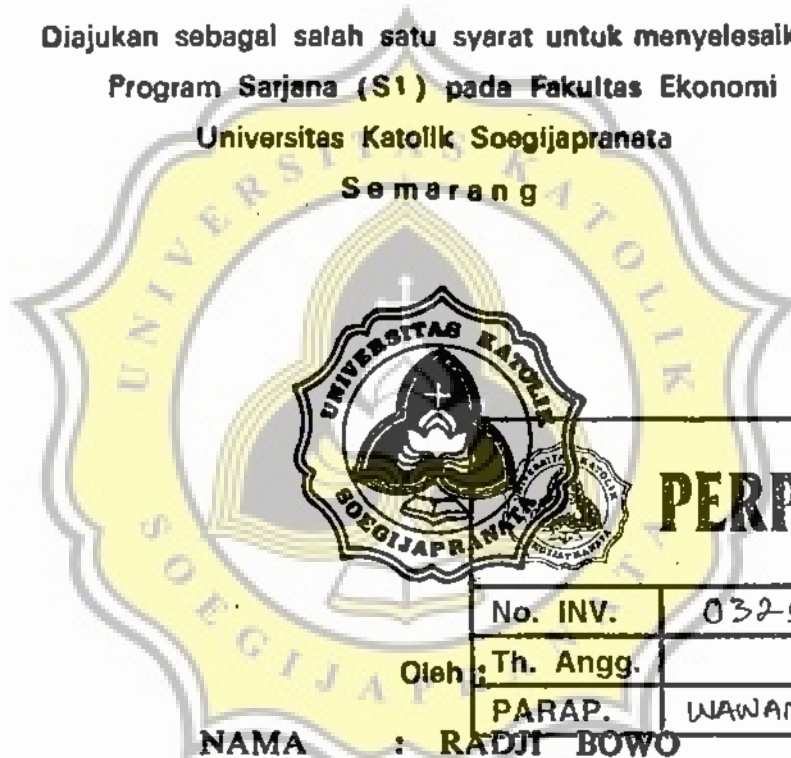


Em.  
338.52.  
Bow.  
P  
'98.

**"PENGARUH FAKTOR HARGA, KEMASAN DAN RASA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE INSTAN  
(STUDI KASUS DI KELURAHAN KEMBANG SARI SEMARANG)"**

**S K R I P S I**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan  
Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi  
Universitas Katolik Soegijapranata  
Semarang



**PERPUSTAKAAN**

|                  |                         |
|------------------|-------------------------|
| No. INV.         | 0325/E/C1               |
| Oleh : Th. Angg. | Cat : <b>COM98</b>      |
| PARAP.           | WAWAN . TGL. 28-5-1998. |

**NAMA : RADJI BOWO**  
**NIM : 92.30.1289**  
**NIRM : 92.6.111.02016.50098**  
**FAKULTAS : EKONOMI**  
**JURUSAN : MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG  
1998**

## Lembar Pengesahan

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian yang ditulis oleh :

Nama : Radji Bowo  
NIM : 92.30.1289  
NIRM : 92.6.111.02016.50098  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen

dengan judul “ Pengaruh Faktor Harga, Kemasan dan Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan ( studi kasus di Kelurahan Kembang Sari Semarang ) “

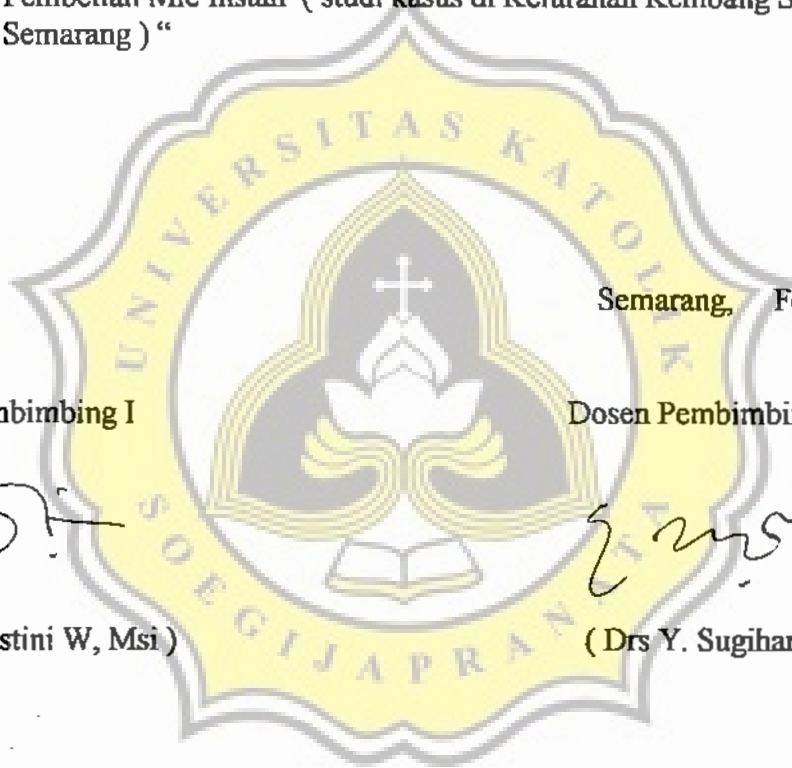
Semarang, Februari 1998

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

( Dra Retno Yustini W, Msi )

( Drs Y. Sugiharto )



## Lembar Persetujuan

Judul Skripsi : Pengaruh faktor Harga, Kemasan Dan Rasa Terhadap Pembelian Mie

Instan ( studi kasus di Kelurahan Kembang Sari Semarang ).

Telah diuji dan dipertahankan dihadapan para penguji pada:

Semarang, Februari 1998.

Penguji I

Penguji II

Penguji III



*(Handwritten signatures of three examiners)*

( Drs. ALEX Emyll, MSP ) ( Drs. R.Bowo Harcahyo, MBA ) ( Drs. Theo Sudimin, MS )

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi

*(Handwritten signature of Komala Inggawati)*  
( Komala Inggawati, SE, MM )

## Kata Pengantar

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan karunia dan rahmatNya, sehingga akhirnya peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini tepat pada waktunya, yang mana penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Soegijapranata Semarang.

Peneliti memperoleh banyak bantuan dan dukungan dari berbagai pihak dalam penyusunan skripsi yang berjudul Pengaruh Faktor Harga, Kemasan dan Rasa terhadap Pembelian Mie Instan studi kasus di Kelurahan Kembang Sari Semarang. Untuk itu pada kesempatan ini peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Ibu Dra. Retno Yustini W , Msi, selaku pembimbing utama yang telah meluangkan waktu untuk membimbing, mendorong dan mengarahkan peneliti hingga selesainya penelitian ini.
2. Bapak Y. Sugiharto, SE , selaku pembimbing pendamping yang telah meluangkan waktu untuk membimbing, memberi petunjuk dan mengarahkan peneliti hingga selesainya penelitian ini.
3. Ibu Komala Inggarwati, SE , MM , selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
4. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Soegijapranata Semarang yang telah membantu dalam penelitian ini dan bekal ilmu selama peneliti belajar di bangku kuliah

5. Seluruh responden yang telah membantu memberikan data-data dan keterangan yang berguna bagi penelitian ini.
6. Teman-teman dan semua pihak yang telah membantu baik langsung maupun tidak langsung sehingga penelitian ini dapat terselesaikan

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih belum sempurna disebabkan keterbatasan kemampuan dari peneliti. Oleh karena itu segala kritik dan saran yang bersifat membangun guna menyempurnakan akan diterima dengan tangan terbuka.

Akhirnya, peneliti berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang memerlukannya.



Peneliti

## Abstraksi

Penelitian ini mengenai pengaruh faktor harga, kemasan dan rasa terhadap keputusan pembelian mie instan.

Permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Seberapa besar pengaruh harga terhadap keputusan pembelian mie instan.
2. Seberapa besar pengaruh kemasan terhadap keputusan pembelian mie instan.
3. Seberapa besar pengaruh rasa terhadap keputusan pembelian mie instan.
4. Seberapa besar pengaruh harga, kemasan dan rasa secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian mie instan
5. Faktor mana yang paling berpengaruh dari ketiga faktor tersebut terhadap keputusan pembelian mie instan.

Adapun tujuan penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga terhadap keputusan pembelian mie instan.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kemasan terhadap keputusan pembelian mie instan.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh rasa terhadap keputusan pembelian mie instan.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga, kemasan dan rasa secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian mie instan
5. Untuk mengetahui faktor mana yang paling berpengaruh dari ketiga faktor tersebut terhadap keputusan pembelian mie instan.

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian adalah :

1. Ada pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian mie instan.
2. Ada pengaruh antara kemasan terhadap keputusan pembelian mie instan.
3. Ada pengaruh antara rasa terhadap keputusan pembelian mie instan.
4. Ada pengaruh antara harga, kemasan dan rasa secara bersama terhadap keputusan pembelian mie instan.

Obyek penelitian adalah di Kelurahan Kembang Sari, yang populasinya sebanyak 1266 kepala keluarga.

Teknik yang dipakai dalam pengambilan sampel adalah quota sampling dan proposional sampling dengan jumlah sampel 100 responden

Pengumpulan data dilakukan dengan metode questioner berdasarkan skala likert. Data-data yang terkumpul kemudian dianalisis dengan alat analisis statistik regresi linier dan berganda.

Sedangkan pengujian hipotesisnya menggunakan uji t dan uji F, digunakan untuk mengetahui bahwa hasil dari persamaan regresi linear dan berganda adanya suatu pengaruh.

Hasil analisis menunjukkan bahwa ada pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian mie instan dengan pengaruh sebesar 23,01 %, ada pengaruh antara kemasan terhadap keputusan pembelian mie instan dengan pengaruh sebesar 38,894 %, ada pengaruh antara rasa terhadap keputusan pembelian mie instan dengan pengaruh sebesar

66,032 % dan ada pengaruh antara harga, kemasan dan rasa secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian mie instan dengan pengaruh sebesar 68,04 %.

Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa dari hasil perhitungan regresi linier yang dilakukan, dapat diketahui bahwa harga mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian mie instan sebesar 23,1 %, kemasan mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 38,894 dan rasa mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian mie instan sebesar 66,032 %

Sedangkan hasil perhitungan regresi berganda bahwa harga, kemasan dan rasa mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian mie instan sebesar 68,04 % serta rasa mempunyai pengaruh yang paling besar terhadap keputusan pembelian mie instan sebesar 66,032 %.

Untuk itu saran yang dapat diberikan adalah setiap perusahaan mie instan hendaknya :

1. Perlu lebih mempertahankan dan meningkatkan faktor rasa mie instan yang sudah digemari.
2. Selalu mengembangkan rasa dengan selera baru.





## DAFTAR ISI

|   | <i>Halaman</i> |
|---|----------------|
| Halaman Judul .....                                 | I              |
| Lembar Pengesahan .....                             | II             |
| Lembar Persetujuan .....                            | III            |
| Kata Pengantar .....                                | IV             |
| Abstraksi .....                                     | VI             |
| Daftar Isi .....                                    | VIII           |
| Daftar Tabel .....                                  | XI             |
| Daftar Gambar .....                                 | XII            |
| Daftar Lampiran .....                               | XIII           |
| <b>Bab I Pendahuluan</b>                            |                |
| 1.1. Latar Belakang Masalah .....                   | 1              |
| 1.2. Perumusan masalah dan Pembatasan Masalah ..... | 4              |
| 1.2.1. Perumusan Masalah .....                      | 4              |
| 1.2.2. Pembatasan Masalah .....                     | 4              |
| 1.3. Tujuan Penelitian .....                        | 4              |
| 1.4. Kegunaan Penelitian .....                      | 5              |
| 1.5. Sistemetika Penulisan .....                    | 5              |
| <b>Bab II Tinjauan Pustaka</b>                      |                |
| 2.1. Tinjauan Pustaka .....                         | 7              |
| 2.1.1. Pengertian Perilaku Konsumen .....           | 7              |



|   |    |
|---|----|
| 2.1.2. Faktor -faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen ..... | 8  |
| 2.1.3. Pengertian Pembelian .....                               | 10 |
| 2.1.4. Struktur Keputusan Pembelian .....                       | 10 |
| 2.1.5. Tahap-tahap dalam Proses Pembelian .....                 | 12 |
| 2.1.6. Pengertian Kemasan .....                                 | 13 |
| 2.1.7. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kemasan .....            | 14 |
| 2.1.8. Pengertian Rasa .....                                    | 14 |
| 2.1.9. Pengertian Harga .....                                   | 15 |
| 2.2. Kerangka Pikir .....                                       | 17 |
| 2.3. Hipotesis .....  | 18 |
| 2.4. Definisi Operasional .....                                 | 19 |
| <b>Bab III Metodologi Penelitian</b>                            |    |
| 3.1. Lokasi Penelitian .....                                    | 20 |
| 3.2. Populasi dan Sampling .....                                | 20 |
| 3.3. Jenis Data dan Cara Pengumpulan Data .....                 | 23 |
| 3.3.1. Uji Validitas dan Reliabilitas .....                     | 24 |
| 3.4. Teknik Analisa Data .....                                  | 26 |
| 3.4.1. Analisis Regresi Sederhana .....                         | 26 |
| 3.4.2. Uji hipotesis .....                                      | 27 |
| 3.4.3. Analisis Regresi Berganda .....                          | 27 |
| 3.4.4. Uji hipotesis .....                                      | 29 |
| <b>Bab IV Hasil dan Pembahasan</b>                              |    |

|   |    |
|---|----|
| 4.1. Gambaran Umum Kelurahan Kembang Sari .....   | 32 |
| 4.1.1. Kondisi Geografis .....  | 32 |
| 4.1.2. Keadaan Penduduk .....   | 33 |
| 4.1.3. Penggolongan Penduduk menurut umur .....   | 33 |
| 4.1.4. Penggolongan Penduduk menurut mata pencaharian .....   | 35 |
| 4.1.5. Penggolongan Penduduk menurut tingkat Pendidikan .....   | 36 |
| 4.1.6. Penggolongan Penduduk menurut Agama .....  | 37 |
| 4.2. Gambaran Umum Responden .....  | 38 |
| 4.2.1. Identitas Responden .....  | 38 |
| 4.2.2. Kebiasaan Responden Membeli Mie Instan .....   | 41 |
| 4.3. Pendapat dan Tanggapan Responden atas Harga, Kemasan dan Rasa<br>terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan ..... | 41 |
| 4.4. Hasil dan Pembahasan .....   | 44 |
| 4.4.1. Analisis Regresi Linear .....  | 44 |
| 4.4.2. Pengujian Hipotesis regresi Linear .....   | 45 |
| 4.3.3. Analisis Regresi Berganda .....  | 48 |
| 4.3.4. Pengujian Hipotesis Regresi Berganda .....   | 49 |
| <b>Bab V Penutup</b>  |    |
| 5.1. Kesimpulan .....   | 51 |
| 5.2. Saran .....  | 52 |
| <b>Daftar Pustaka</b> .....   | 53 |
| <b>Lampiran</b> .....   | 54 |

## Daftar Tabel

| Tabel   | halaman |
|---|---------|
| 3.01. Hasil Uji Validitas Questioner .....  | 25      |
| 4.01. Pembagian luas Wilayah Kelurahan Kembang Sari .....   | 33      |
| 4.02. Jumlah Penduduk Menurut Usia Pendidikan .....   | 34      |
| 4.03. Jumlah Penduduk Menurut Usia Kerja .....  | 34      |
| 4.04. Jumlah Penduduk Menurut Usia .....  | 35      |
| 4.05. Jumlah Penduduk Menurut Mata Pencaharian .....  | 36      |
| 4.06. Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan .....   | 37      |
| 4.07. Penduduk Menurut Agama .....  | 38      |
| 4.08. Berdasarkan kelompok Umur .....   | 39      |
| 4.09. Tingkat Pendidikan dan Pekerjaan Responden .....  | 40      |
| 4.10. Tingkat Penghasilan dan Jumlah Yang Dibelanjakan Responden<br>Untuk Membeli Mie Instan Dalam Satu Bulan ..... | 40      |
| 4.11. Tempat Membeli Mie Instan .....   | 41      |
| 4.12. Tabel tanggapan responden atas harga .....  | 42      |
| 4.13. Tabel tanggapan responden atas kemasan .....  | 42      |
| 4.14. Tabel tanggapan responden atas rasa .....   | 43      |
| 4.15. Tabel tanggapan responden atas pembelian mie instan .....   | 43      |

## Daftar Gambar

| Gambar |  | Halaman |
|--------|--|---------|
| 1      | Test Signifikan Regresi Linear Penilaian Harga dan Keputusan Pembelian Mie Instan .....                          | 46      |
| 2      | Test Signifikansi Regresi Linear Penilaian Kemasan dan Keputusan Pembelian Mie Instan .....                      | 47      |
| 3      | Test Signifikansi Regresi Linear Penilaian Rasa dan Keputusan Pembelian Mie Instan .....                         | 48      |
| 4      | Test Signifikansi Regresi Linear Penilaian Harga, Kemasan dan Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan ..... | 50      |



## Daftar Lampiran

### Lampiran

1. Daftar Pertanyaan.....
2. Hasil Perhitungan dengan komputer uji validitas, Reliabilitas .....
3. Hasil Perhitungan dengan komputer Regresi Berganda .....
4. Hasil Perhitungan dengan komputer Regresi Linear .....
5. Daftar Total score jawaban Responden perihal harga, kemasan,  
rasa dan keputusan pembelian Mie Instan .....
6. Tabel Nilai-nilai  $r$  Product Moment .....
7. Tabel Uji  $t$  .....
8. Tabel Uji  $F$  .....

