



**PENGARUH *BRAND EQUITY*, HARGA DAN MINAT BELI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN INDOMIE GORENG PADA MAHASISWA
EKONOMI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

SKRIPSI

**Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1)
dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi**

Oleh:

DEWI WARDATUT TOYIBAH

NIM. 13.1041.1055

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

APRIL, 2017

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dewi Wardatut Toyibah

NIM : 1310411055

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: *PENGARUH BRAND EQUITY, HARGA DAN MINAT BELI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN INDOMIE*; adalah hasil karya sendiri. Kecuali dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut di muka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 8 April 2017

Yang menyatakan,

Dewi Wardatut Toyibah

NIM. 13.1041.1055

SKRIPSI

PENGARUH *BRAND EQUITY*, HARGA DAN MINAT BELI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN INDOMIE PADA MAHASISWA EKONOMI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER

Oleh:

Dewi Wardatut Toyibah

NIM. 13.1041.1055

Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama : Seno Sumowo, SE, MM.

Dosen Pembimbing Pendamping : Anwar, Drs. M.Sc.

PENGESAHAN

Skripsi berjudul; Pengaruh *Brand Equity*, Harga dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Indomie Pada Mahasiswa Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember, telah diuji dan diselesaikan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 26 April 2017

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,

Trias Setyowati, SE. MM.

NPK 05 09 477

Anggota 1,

Anggota 2,

Seno Sumowo, SE. MM.

NPK 01 09 288

Anwar, Drs. M.Sc.

NPK 85 03 125

Mengesahkan:

Dekan,

Ketua Program Studi,

Dr. Arik Susbiyani, SE, M.Si

NPK 01 09 289

Anwar, Drs. M.Sc.

NPK 85 03 125

MOTTO

**Barang siapa bersungguh-sungguh, sesungguhnya kesungguhannya
itu adalah untuk dirinya sendiri.**

(Al-Ankabut : 6)

**Orang yang menuntut ilmu berarti menuntut rahmat, orang yang
menuntut ilmu berarti menjalankan rukun Islam dan Pahala yang
diberikan kepada sama dengan para Nabi.**

(HR. Dailani dari Anas r.a)

Jadilah Kalah karena mengalah, bukan kalah karena menyerah.

**Jadilah pemenang karena kemampuan, bukan menang
karena kecurangan.**

“Dewi Wardatut Toyibah”

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat kesehatan, pemahaman, ilmu dan kasih-Nya kepada saya dalam mengerjakan skripsi ini, tidak lupa saya ucapkan banyak-banyak terima kasih kepada semua yang telah membantu saya di dalam menyelesaikan skripsi ini, diantaranya:

- 1. Orang tua tercinta Hj. Rofi'I (Alm) dan Jubadillah yang selama ini mendidik, membimbingku dan tiada henti-hentinya menyayangiku. Dan selalu menuntun ke jalan dunia dan akhirat. Mereka merupakan orang-orang terkasihku serta inspirasi untuk melangkah dalam hidup ini.**
- 2. Untuk semua saudaraku, saya ucapkan terima kasih bantuannya baik motivasi, saran dan bantuan yang lainnya yang telah diberikan kepada saya.**
- 3. Untuk semua sahabat saya tercinta: Mariyatul Khibtiyah, Mela Rosalina, Ria Rohatul, Dita Septania Chimbi Putri, Faiqotul Himmah, Ismawati, Adham Risky dan Nurul Al-amin kalian semua spesial dan luar biasa.**
- 4. Untuk teman-teman seangkatan dan seperjuangan Manajemen 2013 khususnya kelas A terima kasih kekompakan dan kebersamaan selama kita kuliah.**

ABSTRAK

Perumusan Masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh *brand equity*, harga dan minat beli terhadap keputusan pembelian Indomie goreng pada Mahasiswa Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember secara parsial dan simultan. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh *brand equity*, harga dan minat beli terhadap keputusan pembelian Indomie goreng pada Mahasiswa Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan sampel 80 responden. Hasil uji yang diperoleh menunjukkan bahwa variabel *brand equity* memiliki signifikansi sebesar $(0,241) >$ dari $(0,05)$ yang berarti *brand equity* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan variabel harga memiliki signifikansi sebesar $(0,002)$ dan variabel minat beli sebesar $(0,004) <$ dari $(0,05)$ yang berarti harga dan minat beli berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian baik secara parsial dan simultan.

Kata Kunci: Indomie Goreng Pada Mahasiswa Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember, *Brand equity*, Harga, Minat Beli dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Formulation of the problem in this research is how the influence of brand equity, pricing and buying interest on buying decision against fried instant noodle on University students Muhammadiyah Jember partially and simultaneously. Objective is to review determine the effect of brand equity, pricing and buying interest on buying decision against fried instant noodle on University Economic Students Muhammadiyah Jember. With quantitative descriptive research type using purposive sampling method with sample of 80 respondents. The test result showed that the variables of brand equity has a significance of $(0.241) > (0.05)$ which means using no significant effect of brand equity against buying decision. While the price variables have significant buying interest of (0.002) and $(0.004) < (0.05)$ which means of buying interest rates and significant effect buying decision against good operates partial and simultaneous.

Keywords: Fried instant noodle on University Economics Students of Muhammadiyah Jember, Brand Equity, Pricing, Buying Interest and Purchase Decision.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Alhamdulillah, banyak nikmat yang Allah berikan, tetapi sedikit sekali yang kita ingat. Segala puji hanya layak untuk Allah Tuhan seluruh alam atas segala berkah, rahmat, taufik, serta hidayah-Nya yang tiada terkira besarnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Pengaruh *Brand Equity*, Harga dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Indomie Goreng Pada Mahasiswa Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember".

Maksud dan tujuan dari penulisan dan penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Ekonomi (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunannya, penulis memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak, karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Arik Susbiyani, SE, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
2. Drs. Anwar, M.Sc, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
3. Seno Sumowo, SE, MM, selaku dosen pembimbing I dan Drs. Anwar., M.Sc, selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
4. Trias S, SE, SH, MM, selaku dosen penguji skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan, dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.
5. Seluruh Staf Pengajar/dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis, khususnya Staf Pengajar Jurusan Manajemen.

6. Kedua orang tua tercinta, untuk semua cinta yang mengagumkan, doa, integritas, dukungan, dan perhatiannya yang tak terbatas. Terima kasih untuk segalanya, baru ini yang bisa saya persembahkan, semoga menjadi awal yang baik.
7. Saudara-saudaraku, atas dukungan dan doanya, semoga kalian sukses dalam menjalani hidup.
8. Teman-teman beg.all dan teman seperjuangan Prodi Manajemen angkatan 2013 yang telah memberikan semangat dan dukungan.
9. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan semua namanya yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dari sanalah semua kesuksesan ini berawal, semoga semua ini bisa memberikan sedikit kebahagiaan dan menuntun pada langkah yang lebih baik lagi. Meskipun penulis berharap isi dari skripsi ini bebas dari kekurangan dan kesalahan, namun selalu ada yang kurang. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini dapat lebih baik lagi. Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi semua pembaca.

Jember, 19 April 2017

Penyusun

Dewi Wardatut Toyibah

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PEMBIMBINGAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB 1: PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	6
BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Pengertian Pemasaran	8
2.1.2 Manajemen Pemasaran	10
2.1.3 Konsep Pemasaran	10
2.1.4 Strategi Pemasaran dan Manfaatnya	12
2.1.4.1 Pengertian Strategi Pemasaran	12

2.1.4.2	Manfaat Strategi Pemasaran	13
2.1.5	Perilaku Konsumen	13
2.1.6	Pengertian Merek	17
2.1.6.1	<i>Brand Equity</i>	18
2.1.6.2	Manfaat <i>Brand Equity</i>	21
2.1.7	Harga	22
2.1.7.1	Konsep Harga	23
2.1.7.2	Peranan Harga	24
2.1.7.3	Tujuan Penetapan Harga	25
2.1.8	Minat Beli	26
2.1.9	Keputusan Pembelian	27
2.2	Tinjauan Penelitian Terdahulu	32
2.3	Kerangka Konseptual	34
2.4	Hipotesis	34
BAB 3: METODE PENELITIAN		
3.1	Identifikasi Variabel	37
3.2	Definisi Operasional Variabel	37
3.2.1	Variabel Independen	37
3.2.2	Variabel Dependen	38
3.3	Jenis Data	39
3.4	Populasi dan Sampel Penelitian	39
3.4.1	Populasi	39
3.4.2	Sampel	40
3.5	Teknik Pengambilan Sampel	40
3.6	Metode Pengumpulan Data	41
3.7	Teknik Analisis Data	42
3.7.1	Uji Instrumen Data	42
3.7.1.1	Uji Validitas	42
3.7.1.2	Uji Reliabilitas	42

3.7.2	Analisis Regresi Berganda	43
3.7.3	Uji Asumsi Klasik	43
3.7.3.1	Uji Normalitas	43
3.7.3.2	Uji Multikolenieritas	44
3.7.3.3	Uji Heteroskedastisitas	44
3.7.4	Uji Hipotesis	45
3.7.4.1	Uji F	45
3.7.4.2	Uji T	45
3.7.4.3	Koefisien Determinasi	46

BAB 4: HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	47
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan	47
4.1.2	Sejarah Indomie	50
4.1.3	Visi dan Misi Perusahaan	53
4.1.4	Deskripsi Statistik Responden	53
4.2	Pengujian Instrumen Data	55
4.2.1	Pengujian Validitas Data	55
4.2.2	Pengujian Reliabilitas Data.....	57
4.3	Analisis Regresi Berganda	57
4.4	Pengujian Asumsi Klasik	59
4.4.1	Pengujian Normalitas	59
4.4.2	Pengujian Multikolinieritas.....	60
4.4.3	Pengujian Heteroskedastisitas.....	60
4.5	Pengujian Hipotesis.....	61
4.5.1	Uji F.....	61
4.5.2	Uji T.....	62
4.5.3	Koefisien Determinasi	63
4.6	Pembahasan	64

BAB 5:	KESIMPULAN DAN SARAN	
	5.1 Kesimpulan.....	68
	5.2 Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1: Daftar Harga Indomie Goreng	4
Tabel 1.2: Data Penjualan Mie Instan	5
Tabel 2.1: Unsur-unsur Pokok Strategi Penjualan.....	12
Tabel 2.2: Ringkasan Penelitian Terdahulu	32
Tabel 4.1: Responden Menurut Jenis Kelamin.....	54
Tabel 4.2: Responden Tahun Angkatan	54
Tabel 4.3: Responden Menurut Lama Mengonsumsi	54
Tabel 4.4: Hasil Pengujian Validitas	56
Tabel 4.5: Hasil Pengujian Reliabilitas.....	57
Tabel 4.6: Hasil Regresi Linier Berganda.....	58
Tabel 4.7: Hasil Uji Multikolinieritas	60
Tabel 4.8: Hasil Uji F.....	62
Tabel 4.9: Hasil Uji T	62
Tabel 4.10: Hasil Uji Koefisien Determinasi	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1: Model Perilaku Konsumen.....	17
Gambar 2.2: Model Proses Keputusan Pembelian	28
Gambar 2.3: Kerangka Konseptual.....	34
Gambar 4.1: Hasil Uji Normalitas	59
Gambar 4.2: Hasil Uji Heteroskedastisitas	61

DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1 : Surat Ijin Penelitian
- LAMPIRAN 2 : Pengantar Kuisisioner
- LAMPIRAN 3 : Petunjuk Pengisian Kuisisioner
- LAMPIRAN 4 : Kuisisioner Penelitian
- LAMPIRAN 5 : Rekapitulasi Kuisisioner
- LAMPIRAN 6 : Frekuensi Karakteristik Responden
- LAMPIRAN 7 : Hasil Uji Validitas
- LAMPIRAN 8 : Hasil Uji Reliabilitas
- LAMPIRAN 9 : Hasil Uji Regresi, Uji Asumsi Klasik dan Uji Hipotesis
- LAMPIRAN 10 : Tabel r Product Moment, Tabel Distribusi F dan Tabel Distribusi t
- LAMPIRAN 11 : Dokumentasi
- LAMPIRAN 12 : Jurnal
- LAMPIRAN 13 : Bukti Empiris