

Helmi Saifur Rahman NPM. 09.03.2.1.1.00011. Sikap Konsumen Dalam Pembelian Mie Instan Goreng Merk Indomie dan Sedaap di Kecamatan. Kamal Kab.. Bangkalan. Dibawah bimbingan Aminah Happy M. Ariyani, SP., M.Si. Dan Dr. Elys Fauziyah Sp., MP.

ABSTRAK

Perilaku konsumen merupakan salah satu kajian terhadap konsumen yang berperan dalam menentukan perkembangan pemasaran sebuah produk. Pertimbangan konsumen dalam membeli sebuah produk dipengaruhi oleh beberapa atribut yang melekat pada produk tersebut. Sikap konsumen dalam pembelian mie instan goreng merk indomie dan sedaap dipengaruhi oleh atribut harga, rasa, nilai gizi, tekstur mie dan kemasan. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis tingkat kepercayaan, evaluasi konsumen dan sikap konsumen terhadap atribut produk Indomie dibanding produk Mie Sedaap. penelitian ini dilakukan di kecamatan Kamal. sampel yang diambil dengan menggunakan accidental sampling. sedangkan metode analisis data yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dan fishbein. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan uji tingkat kepercayaan (bi) atribut rasa yang paling dipertimbangkan oleh konsumen dalam membeli indomie goreng dan sedaap goreng. sedangkan berdasarkan nilai evaluasi (ei) pada indomie goreng atribut rasa dan pada sedaap goreng atribut tekstur mie yang paling dipertimbangkan konsumen. berdasarkan uji sikap konsumen hasil menunjukkan bahwa secara umum konsumen sama-sama menyukai mie instan goreng merk indomie dan sedaap.

kata kunci: Indomie, mie sedaap, Atribut, Fishbein.

Helmi Saifur Rahman NPM.0903.2.1.1.00011. *Consumer Attitudes In The Purchase Of Cooking Instant Noodles Brands Indomie and Sedaap in District Kamal, Bangkalan.* Under the guidance Aminah Happy M. Ariyani, SP., M.Si. Dan Dr. Elys Fauziah Sp., MP.

ABSTRACT

Consumer behavior is one of the study on the role of consumers in determining the development of marketing a product. Consideration consumers into buying a product is influenced by several attributes inherent in the product. The attitude of consumers in the purchase of fried instant noodles brand Indomie and Sedaap influenced by the attributes of price, taste, nutritional value, texture and packaging noodles. The purpose of this study was to analyze the level of trust, and consumer evaluation of consumer attitudes toward product attributes than products Indomie Noodles Sedaap. This study conducted in the district Kamal. samples were taken using accidental sampling. whereas the data analysis method used is descriptive qualitative method and Fishbein. The results showed that the test is based on the confidence level (bi) most flavor attributes considered by consumers in buying fried noodle and fried Sedaap. while based on the value of the evaluation (ei) on attributes of fried instant noodle flavor and texture attributes in Sedaap fried noodles most consumers consider. based on consumer attitudes test results showed that in general consumers alike like fried instant noodle brands Indomie and Sedaap.

keywords: Indomie, noodles Sedaap, Attributes, Fishbein.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
BIODATA PENULIS.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	2
1.3. Tujuan.....	3
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	4
2.1. Riset Sikap Konsumen.....	4
2.2. Definisi Sikap Konsumen.....	4
2.3. Komponen Sikap.....	4
2.4. Fungsi Sikap.....	5
2.5. Definisi Sikap.....	5
2.6. Metode Fishbein.....	6
2.7. Penelitian Terdahulu.....	7
2.8. Kerangka Berpikir.....	9
III. METODOLOGI PENELITIAN.....	10
3.1. Waktu dan Tempat Penelitian.....	10
3.2. Metode Penentuan Responden.....	10
3.3. Metode Pengumpulan Data.....	10

3.3.1. Kuisisioner.....	11
3.4. Metode Analisis Data.....	11
3.4.1. Analisis data.....	11
3.4.2. Analisis Deskriptif Kulitatif.....	12
3.4.3. Analisis Model Sikap Fishbein.....	12
IV. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN.....	14
4.1. Profil Kecamatan Kamal.....	14
V. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	15
5.1. Deskripsi karakteristik Konsumen.....	15
5.1.1. Karakteristik Konsumen Berdasarkan faktor internal.....	15
5.1.2. Karakteristik Konsumen Berdasarkan tingkat kepercayaan dan Evaluasi.....	18
5.1.3. Hasil Uji Analisis.....	21
VI. PENUTUP.....	30
6.1. Kesimpulan.....	30
6.2. Saran.....	30
DAFTAR PUSTAKA.....	31
LAMPIRAN.....	32

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Penilaian Berdasarkan Skala <i>likert</i>	11
Tabel 2.	Karakteristik responden yang mengkonsumsi produk mie instan Indomie dan Sedaap di Kecamatan Kamal tahun 2013 berdasarkan usia.....	15
Tabel 3.	Karakteristik Responden yang Mengkonsumsi Produk Mie instan Merk Indomie dan Sedaap di Kec. Kamal Kab. Bangkalan Tahun 2013 Berdasarkan Pendidikan.....	16
Tabel 4.	Karakteristik Responden yang Membeli Produk Indomie dan Mie Sedaap di Kec. Kamal Kab. Bangkalan tahun 2013 Berdasarkan Pekerjaan.....	17
Tabel 5.	Karakteristik Responden yang Membeli produk Mie instan Merk Indomie dan Mie Sedaap di Kec. Kamal Kab. Bangkalan tahun 2013 Berdasarkan Pendapatan.....	18
Tabel 6.	Karakteristik Responden Mengenai Tingkat Kepercayaan (bi) Produk Indomie Goreng di Kec. Kamal Kab. bangkalan tahun 2013.....	19
Tabel 7.	Karakteristik Responden Mengenai Tingkat Kepercayaan (bi) Produk Mie Sedaap Goreng di Kec. Kamal Kab. Bangkalan tahun 2013.....	19
Tabel 8	Karakteristik Responden Mengenai Tingkat Evaluasi (ei) Produk Indomie Goreng di Kec. Kamal Kab. Bangkalan tahun2013.....	20
Tabel 9.	Karakteristik Responden Mengenai Tingkat Evaluasi (ei) Produk Sedaap Goreng di Kec. Kamal Kab. Bangkalan tahun 2013.....	21
Tabel 10.	Hasil Uji Validitas Kuisiener Tingkat Kepercayaan Konsumen Terhadap Produk Indomie Goreng di Kec. Kamal Kab. Bangkalan tahun 2013.....	21
Tabel 11.	Hasil Uji Validitas Kuisiener Tingkat Evaluasi Konsumen Terhadap Produk Indomie Goreng di Kec. Kamal Kab. Bangkalan tahun 2013.....	22
Tabel 12.	Hasil Uji Validitas Kuisiener Tingkat Kepercayaan Konsumen Terhadap Produk Sedaap Goreng di Kec. Kamal Kab. Bangkalan tahun 2013.....	22
Tabel 13.	Hasil Uji Validitas Kuisiener Tingkat Evaluasi Konsumen Terhadap Produk Sedaap Goreng di Kec. Kamal Kab. Bangkalan tahun 2013.....	23
Tabel 14.	Hasil Uji Reliabilitas Kuisiener Tingkat Kepercayaan Konsumen Terhadap Produk Indomie Goreng di Kec. Kamal Kab. Bangkalan Tahun 2013.....	23

Tabel 15.	Hasil Uji Reliabilitas Kuisisioner Tingkat Evaluasi Konsumen Terhadap Produk Indomie Goreng di Kec. Kamal Kab. Bangkalan Tahun 2013.....	24
Tabel 16.	Hasil Uji Reliabilitas Kuisisioner Tingkat Kepercayaan Konsumen Terhadap Produk Sedaap Goreng di Kec. Kamal Kab. Bangkalan Tahun 2013.....	24
Tabel 17.	Hasil Uji Reliabilitas Kuisisioner Tingkat Evaluasi Konsumen Terhadap Produk Sedaap Goreng di Kec. Kamal Kab. Bangkalan Tahun 2013.....	24
Tabel 18.	Hasil Uji Analisis Tingkat Kepercayaan Produk Indomie Goreng di Kec. Kamal Kab. Bangkalan Tahun 2013.....	25
Tabel 19.	Hasil Uji Analisis Tingkat Kepercayaan Produk Sedaap Goreng di Kec. Kamal Kab. Bangkalan Tahun 2013.....	26
Tabel 20.	Hasil Uji Analisis Tingkat Evaluasi Produk Indomie Goreng di Kec. Kamal Kab. Bangkalan Tahun 2013.....	27
Tabel 21.	Hasil Uji Analisis Tingkat Evaluasi Produk Sedaap Goreng di Kec. Kamal kab. Bangkalan Tahun 2013.....	27
Tabel 22.	Hasil Uji Analisis Perbandingan Merk Indomie dan Sedaap Goreng di Kec. Kamal Kab. Bangkalan tahun 2013.....	28

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Kerangka Berpikir.....	9
------------------	------------------------	---

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	33
Lampiran 2.	Data Hasil Uji Analisis Fishbein.....	37
Lampiran 3	Dokumentasi.....	46