

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, DAYA TARIK IKLAN
dan KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI
MIE INSTANT
PT. *INDOFOOD* SUKSES MAKMUR Tbk**



Disusun Oleh :

Nama : Irfan Fajar Tri Saputra

NIM : 43118010400

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2023**

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, DAYA TARIK IKLAN
dan KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI
MIE INSTANT
PT. *INDOFOOD* SUKSES MAKMUR Tbk**

**Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana**



Disusun oleh:

Nama : Irfan Fajar Tri Saputra

NIM : 43118010400

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2023**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Irfan Fajar Tri Saputra

NIM : 43118010400

Universitas : Mercu Buana

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumber sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini. Apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 4 oktober 2023



Irfan Fajar Tri Saputra

NIM: 43118010400

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Irfan Fajar Tri Saputra
NIM : 43118010400
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH WORD OF MOUTH, DAYA TARIK
IKLAN dan KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT
BELI MIE INSTANT PT.INDOFOOD SUKSES
MAKMUR Tbk
Tanggal Sidang : 27 September 2023
Disahkan oleh :

Pembimbing

Dr. Eri Marlapa, S.E., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

LPTA 10233101



Please Scan QRCode to Verify

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil'alamini, puji syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan nikmat kesehatan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul : **“Pengaruh *Word Of Mouth*, Daya Tarik Iklan dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Mie Instant PT. Indofood Sukses Makmur Tbk”**. Dapat diselesaikan dengan baik dan lancar. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi masih terdapat kekurangan dan keterbatasan. Penyusunan Skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, Pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada bapak Dr. Eri Marlapa S.E., M.M selaku dosen pembimbing dan tidak lupa juga saya mengucapkan terimakasih kepada dosen ketua penguji Ibu Febrina Mahliza, SE, M.Si dan Bapak Mas Wahyu Wibowo, MBA., Ph.D. sebagai anggota penguji 2.

1. Prof. Dr. Andi Adriansyah, PhD laku Rektor Universitas Mercu Buana Jakarta. .
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
3. Bapak Dudi Permana, Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultan Ekonomi dan Bisnis.
4. Ibu Lisnatiawati Saragih SE, MM. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan selama masa perkuliahan.

5. Teristimewa Kedua Orang tua tercinta Bapak dan Ibu serta keluarga yang selalu memberikan doa, dorongan serta inspirasi dan semua dukungan baik moral maupun finansial.
6. Seluruh dosen dan staff Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
7. Teman-teman jurusan Manajemen angkatan 2018 Universitas Mercu Buana.
8. Pihak-pihak lain yang tidak bisa disebutkan satu-persatu, terima kasih atas bantuan, motivasi dan doanya.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan masukan serta kritik yang membangun dari berbagai pihak. Penulis berharap apa yang terkandung dalam penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak.

Jakarta, 4 Oktober 2023

Irfan Fajar Tri Saputra

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Kontribusi Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
A. Kajian Pustaka.....	11
1. Manajemen Pemasaran.....	11
2. <i>Word Of Mouth</i>	12
3. Daya Tarik Iklan	14
4. Kualitas Produk.....	15
5. Minat Beli	19
B. Penelitian Terdahulu	21
C. Hipotesis dan Hubungan Antar Variabel	24
D. Kerangka Analisa	26
BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Waktu dan Tempat Penelitian	27
B. Desain Penelitian.....	27

C. Definisi dan Operasional Variabel	28
D. Skala Pengukuran.....	30
E. Populasi dan Sampel Penelitian	31
F. Metode Pengumpulan Data	33
G. Metode Analisis Data.....	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	42
A. Hasil Analisis Deskriptif.....	42
B. Hasil Uji Instrumen	48
C. Hasil Uji Asumsi Klasik	53
D. Hasil Analisis Data.....	57
E. Hasil Uji Hipotesis	59
F. Pembahasan Hasil Penelitian	62
BAB V PENUTUP.....	65
A. Kesimpulan	65
B. Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA.....	68
LAMPIRAN.....	71

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Penduduk Menurut Kabupaten/kota DKI.....	7
Tabel 1.2 Pra Survey.....	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	30
Tabel 3.2 Instrumen Skala Likert.....	31
Tabel 3.3 Tingkat Reliabelitas	36
Tabel 4.1 Statistik Deskriptif Sampel Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
Tabel 4.2 Statistik Deskriptif Sampel Berdasarkan Usia	44
Tabel 4.3 Statistik Deskriptif Sampel Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	44
Tabel 4.4 Hasil Uji Statistik Deskriptif Minat Beli	45
Tabel 4.5 Hasil Uji Statistik Deskriptif <i>Word of Mouth</i>	46
Tabel 4.6 Hasil Uji Statistik Deskriptif Daya Tarik Iklan	47
Tabel 4.7 Hasil Uji Statistik Deskriptif Kualitas Produk.....	47
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas <i>Word of Mouth</i> (X1).....	48
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Daya Tarik Iklan (X2).....	49
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X3)	50
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Minat Beli (Y).....	51
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas.....	52
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinieritas	55
Tabel 4.14 Hasil Analisis Linier Berganda.....	57
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi (R ²).....	59
Tabel 4.16 Hasil Uji Pengaruh Simultan (F).....	60

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tingkat Konsumsi Mie <i>Instan</i> di dunia.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	26
Gambar 4. 1 Grafik Uji Normalitas.....	54
Gambar 4. 2 Grafik Uji Heteroskedastisitas	56

