

**KECENDERUNGAN SERTA FAKTOR FAKTOR MAHASISWA DALAM
MEMILIH MEREK MIE ISNTAN DARI PT. INDOFOOD
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA)**



LAPORAN AKHIR

**DibuatsebagaisalahsatusyaratuntukpenyusunanLaporanAkhir
PadaJurusanAdministrasiBisnis
PoliteknikNegeriSriwijaya**

Oleh:

SANTI HERTIAS

0612 3060 1264

POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA

PALEMBANG

2015

**KECENDERUNGAN SERTA FAKTOR FAKTOR MAHASISWA DALAM
MEMILIH MEREK MI INSTAN DARI PT INDOFOOD
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA)**



LAPORAN AKHIR

**Dibuat Sebagai Salah Satu Syarat Penyusunan Laporan Akhir
Pada Jurusan Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Sriwijaya**

Oleh:

SANTI HERTIAS

0612 3060 1264

Menyetujui,

Palembang, Juni 2015

Pembimbing I

Jasmawi Bustan, S.E
NIP 195901011989031006

Pembimbing II

Al Hushori, S.E., MAB
NIP 197004142001121001

Mengetahui,

Ketua Jurusan Administrasi Bisnis

Hendra Sastrawinata, S.E., M.M.
NIP 197208182003122002



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS

Jalan Srijaya Negara Bukit Besar Palembang 30139

Telepon 0711-353414 Faksimili 0711-355918

Laman: <http://www.polsri.ac.id> Pos El: info@polsri.ac.id

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Santi Hertias

NIM : 0612 3060 1264

Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis

Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran

Judul Laporan Akhir : Kecenderungan Serta Faktor-faktor Mahasiswa Dalam
Memilih Merek Mie Instan Dari PT Indofood (Studi
Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Sriwijaya)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Laporan yang saya buat dengan judul sebagaimana tersebut di atas beserta isinya merupakan hasil penelitian saya sendiri.
2. Laporan Akhir bukanlah plagiat/salinan Laporan Akhir milik orang lain.
3. Apabila Laporan Akhir saya plagiat/menyalin Laporan Akhir milik orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan Laporan Akhir beserta konsekuensinya.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk diketahui oleh pihak-pihak yang berkepentingan.

Palembang, Juni 2015
Yang membuat pernyataan



Santi Hertias
NIM 0612 3060 1264

LEMBAR PENGESAHAN

Nama Mahasiswa : Santi Hertias
NIM : 0612 30601264
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis
Judul Laporan Akhir : Kecenderungan Serta Faktor-faktor
Mahasiswa Dalam Memilih Merk Mie Instan
Dari PT. Indofood (Studi Kasus Pada
Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Sriwijaya)

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Ujian Laporan Akhir
Jurusan Administrasi Bisnis
Dan dinyatakan LULUS

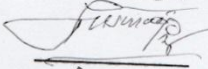
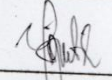
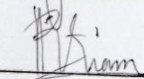
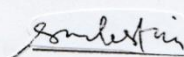
Pada hari:

Rabu

Tanggal:

01 Juli 2015

TIM PENGUJI

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Jusmawi Bustan, S.E., M.Si</u> Ketua		10 Juli 2015
2.	<u>Yusnizal Firdaus, S.E., M.M</u> Anggota		10 Juli 2015
3.	<u>Purwati, S.E., M.M</u> Anggota		10 Juli 2015
4.	<u>Sari Lestari, S.E., M.Ec</u> Anggota		10 Juli 2015

MOTTO:

***“Jika kamu bersungguh-sungguh, kesungguhan itu untuk
kebaikanmu sendiri.
Jadikan berbuat baik seperti perlombaan untuk
mendapatkan semangat.
Karena selalu ada Allah untuk orang yang
berikhtidanbersabar.”***

Penulis persembahkan karya ini kepada:

- *Kedua Orang Tua Tercinta*
- *Saudaraku Tersayang*
- *My Future Amir Muaiz Billah, S.I.Kom*
- *Sahabat-sahabatku*
- *Dosen Pembimbingku*
- *Politeknik Negeri Sriwijaya*

KATA PENGANTAR

PujidansyukurpenulispanjatkankehadiratAllahSWTyangtelahmelimpahkanrahmatdan karunia NyasehinggapenulisdapatmenyelesaikanLaporanAkhiryangberjudul”**Kecenderungan Serta FaktorFaktorMahasiswaDalamMemilihMerek Mie Instan Dari PT. Indofood (StudiKasusPadaMahasiswaJurusanAdministrasiBisnisPoliteknikNegeriSriwijaya)**”.

PenyusunanLaporanAkhirinibertujuanuntukmemenuhialahsatusyaratuntuk menyelesaikanstudipadaJurusanAdministrasiNiagaProgramStudiAdministrasiBisnisPoliteknikNegeriSriwijaya.Data-datayangdigunakanadalahdataprimeryaituwawancara.Selainitu,penulismenggunakan datasekunderperusahaanmelalui buku-bukuliteratur.Dalam penelitian ini yang menjadiobjekpenelitianadalahkonsumenmieisntan yang menggunakan merek mieisntandari PT. Indofood.

Dalam penulisan Laporan Akhir ini, penulis menyadari masih banyak terdapat kesalahan dan kekurangan yang disebabkan karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang penulis miliki. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang bersifat membangun agar Laporan Akhir ini menjadi lebih baik lagi.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih atas bantuan yang telah diberikan oleh semua pihak dalam penyusunan Laporan Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua.

Palembang, Juni 2015

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillahirobbil'alamin, pujisyukurataskehadirat Allah SWT, karenaberkatrahmat-NyapenulisdapatmenyelesaikanLaporanAkhirinitepatpadawaktunya.

Adapun terwujudnya Laporan Akhir ini adalah berkat bimbingan dan bantuan serta petunjuk dari berbagai pihak yang tak ternilai harganya. Oleh karena itu pada kesempatan ini, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak RD. Kusumanto, S.T., M.M., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya
2. Bapak Hendra Sastrawinata, S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya
3. Bapak Heri Setiawan, S.E., M.AB., selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis
4. JusmawiBustan, S.E selaku dosen Pembimbing I yang telah memberikan saran, petunjuk dan masukansertabimbingannya dalam penyelesaian laporan akhir ini.
5. Al Hushori, S.E., MAB.,selaku dosen Pembimbing II yang telah memberikan saran, petunjuk dan bimbingannya dalam penulisan laporan akhir ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan yang berguna bagi penulis.
7. Pihak PT. Indofood yang telah bersedia memberikan izin untuk melakukan penelitian sehingga dapat berjalan sesuai dengan waktunya.
8. MahasiswaJurusanAdministrasiBisnisPoliteknikNegeriSriwijya yang telahbersediasebagairespondensehinggapenelitiandapatberjalansesuai dengan waktunya.
9. Kedua orangtuaku, saudara-saudaraku dankeluarga besarkuyang telah banyak memberikan pengorbanan baikmoril maupun materil serta doa sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan akhir ini.

10. Amir MuaizBillah, S.I.Kom yang
selalumemberikanmotivasiandanbantuannyadalampengerjaanlaporanakhirini.
11. Seluruh teman-teman seperjuangan kelas 6 AND terima kasih atas
dukungan dan kebersamaan selama 3 (tiga) tahun ini.
12. Semua orang yang telah mendoakan dan membantu penulis yang tidak dapat
disebutkan satu persatu.

Semoga bantuan dan jerih payah dari semua pihak akan mendapat ridho berkat dari Allah SWT. Akhirnya penulis mengharapkan semoga Laporan Akhir ini dapat bermanfaat dan dapat digunakan dengan sebaik-baiknya.

Palembang, Juni 2015

Penulis

ABSTRACT

The background of this final report by the data obtained by the percentage level in choosing a brand of instant noodles from PT. Indofood like Indomie 92.5%, 75.1% Pop noodles, Supermi Sarimi 45% and 64.8%. With the formulation of the problem of how trends and factors of the students in choosing a brand of instant noodles from PT. Indofood conducted on students Polytechnic Sriwijaya. The scope of this study were also given the limits that can be directed only to the extent that tendency and factors in choosing a brand of noodles isntan. This research data collection techniques using interview to the supervisor PT. Indofood, distribution of questionnaires to 84 respondents and the research literature author uses methods of qualitative and quantitative analysis using the basic formula chi square, Likert scale and the percentage statistical approach to getting the numbers tendencies and interval factors of the marketing mix. From the results of research and is based on the calculation of the tendency of students in choosing a brand of instant noodles from PT. Indofood Indomie brand is dominated by the number of percentage of 40.5%, as much as 26.2% Supermi brand, brand Sarimi as much as 21.4% and Pop Mie brand as much as 11.9%. While interval the factors are: a factor of 93.8%, 90.9% product factor, price factor 85.8% and 69.3% promotion factor. Thus there is a tendency of students to the brand Indomie instant noodles and the factors that have the highest interval is a factor and the lowest is promotion factor.

Keywords: Trends, Brand, Product, Price, Place, Promotion, PT. Indofood

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
MOTTO	iii
KATA PENGANTAR	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan	4
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
1.4.1 Tujuan Penelitian	4
1.4.2 Manfaat Penelitian	4
1.5 Metodologi Penelitian	5
1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian	5
1.5.2 Teknik Pengumpulan Data	5
1.5.3 Jenis dan Sumber Data	6
1.5.4 Teknik Analisis Data	7
1.5.5 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	11
2.2 Merek	11
2.2.1 Pengertian Merek	11
2.2.2 Karakteristik Merek	12
2.3 Pengertian Perilaku Konsumen	12
2.3.1 Tahap-tahap Proses Pengambilan Keputusan	13
2.3.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	15
2.4 Minat	15
2.4.1 Pengertian Minat	15

2.4.2	Aspek-aspek Minat	16
-------	-------------------------	----

BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN

3.1	Sejarah PT. Indofood	18
3.2	Visi, Misi dan Nilai Perusahaan	19
3.2.1	Visi Perusahaan	19
3.2.2	Misi Perusahaan	19
3.2.3	Nilai Perusahaan	19
3.3	Lokasi, Tenaga Kerja dan Waktu Kerja	20
3.3.1	Lokasi Perusahaan	20
3.3.2	Tenaga Kerja	21
3.3.3	Waktu Kerja	21
3.4	Struktur Organisasi Perusahaan	23
3.5	Macam-macam Merek Mie Instandari PT. Indofood	26
3.6	Profil Responden	26
3.7	Hasil Jawaban Responden	29

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Kecenderungan Masyarakat	32
4.1.1	Uji Chi Kuadrat (χ^2)	32
4.2	Faktor-faktor Mahasiswa	34
4.3	Frekuensi Presentase Produk/ <i>Product</i> (X_1)	35
4.4	Frekuensi Presentase Harga/ <i>Price</i> (X_2)	41
4.5	Frekuensi Presentase Tempat/ <i>Place</i> (X_3)	47
4.6	Frekuensi Promosi/ <i>Promotion</i> (X_4)	52

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan	59
5.2	Saran	60

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 1.1	Tabel Top Brand Index (TBI) 2004.....	2
Tabel 1.2	Tabel Skala Likert.....	8
Tabel 1.3	Tabel Jumlah Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis.....	10
Tabel 3.1	Tabel Penempatan dan Jumlah Karyawan.....	20
Table 3.2	Tabel Data Responden Berdasarkan Usia.....	27
Tabel 3.3	Tabel Data Responden Berdasarkan Tingkat Semester.....	27
Tabel 3.4	Tabel Data Responden Berdasarkan Waktu Kuliah Reguler dan Non Reguler.....	28
Tabel 3.5	Tabel Responden Berdasarkan Angka Kecenderungan Pengkonsumsian Mie Instan.....	28
Tabel 3.6	Tabel Hasil Jawaban Responden.....	29
Tabel 3.7	Tabel Rekapitulasi Wawancara.....	31
Tabel 4.1	Tabel Frekuensi yang Diobservasikan dan yang Diharapkan.....	33
Tabel	Hasil Pengolahan Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Tentang Produk PT. Indofood Berkualitas.....	36
Tabel	Hasil Pengolahan Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Tentang Produk PT. Indofood Higienis dan Halal.....	37
Tabel	Hasil Pengolahan Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Tentang Produk PT. Indofood Varian Rasa.....	38
Tabel	Hasil Pengolahan Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Tentang Produk PT. Indofood Pilihan Jenis.....	39
Tabel	Hasil Pengolahan Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Tentang Produk PT. Indofood Kepuasan.....	40

Tabel	Hasil Pengolahan Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Tentang Produk PT. Indofood Nilai dan Manfaat.....	4.7 42
Tabel	Hasil Pengolahan Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Tentang Produk PT. Indofood Terjangkau.....	4.8 43
Tabel	Hasil Pengolahan Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Tentang Produk PT. Indofood Mampu Bersaing.....	4.9 44
Tabel	Hasil Pengolahan Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Tentang Produk PT. Indofood Sesuai Varian.....	4.10 45
Tabel	Hasil Pengolahan Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Tentang Produk PT. Indofood Persepsi Harga.....	4.11 46
Tabel	Hasil Pengolahan Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Tentang Produk PT. Indofood Sangat Strategis.....	4.12 48
Tabel	Hasil Pengolahan Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Tentang Produk PT. Indofood Ketersediaan.....	4.13 49
Tabel	Hasil Pengolahan Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Tentang Produk PT. Indofood Mudah Dijangkau.....	4.14 50
Tabel	Hasil Pengolahan Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Tentang Produk PT. Indofood Tidak Sulit.....	4.15 50
Tabel	Hasil Pengolahan Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Tentang Produk PT. Indofood Ditengah Kota	4.16 51
Tabel	Hasil Pengolahan Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Tentang Produk PT. Indofood Melalui Media	4.17 53
Tabel	Hasil Pengolahan Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Tentang Produk PT. Indofood Bazar dan Demontrasi	4.18 54

Tabel	HasilPengolahanJawabanRespondenTerhadapPenyataanTe ntangProduk PT. Indofood MelaluiSponsosr	4.19 55
Tabel	HasilPengolahanJawabanRespondenTerhadapPenyataanTe ntangProduk PT. Indofood Dari Orang	4.20 56
Tabel	HasilPengolahanJawabanRespondenTerhadapPenyataanTe ntangProduk PT. Indofood Melalui Sales	4.21 57

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 GambarLokasi PT. Indofood CBP SuksesMakmurTbk.....	20
Gambar 1.2 GambarStrukturOrganisasi PT. Indofood CBS SuksesMakmurTbk.....	23

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lembar Rekomendasi Ujian Laporan Akhir
2. Lembar Kesepakatan Bimbingan Pembimbing I
3. Lembar Kesepakatan Bimbingan Pembimbing II
4. Lembar Konsultasi Laporan Akhir Pembimbing I
5. Lembar Konsultasi Laporan Akhir Pembimbing II
6. Surat Izin Pengambilan Data dari Politeknik Negeri Sriwijaya
7. Surat Balasan Pengambilan Data dari PT. Indofood Palembang
8. Daftar Kunjungan Perusahaan
9. Daftar Pertanyaan Kuesioner

10. DaftarPertanyaanWawancara