

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka diambil kesimpulan bahwa;

Tingkat kesadaran (*awareness*) masyarakat di wilayah Kp. Jembatan RW.14/01 Penggilingan Jakarta Timur sangat tinggi terhadap produk dari mie instan Indomie yakni sebesar 100%, sedang pada produk mie instan Mie Sedaap sebesar 96%. Selain itu, mie instan Indomie memiliki daya tarik dari segi rasa yang lebih bagi masyarakat di wilayah Kp. Jembatan RW.14/01 Penggilingan dibandingkan Mie Sedaap. Daya tarik dari produk mie instan Indomie sebesar 83% sedangkan daya tarik dari produk mie instan Mie Sedaap sebesar 53%. Harga yang ditetapkan oleh Indomie dan Mie Sedaap tidak menjadi faktor penghalang bagi masyarakat di wilayah Kp. Jembatan RW.14/01 Penggilingan Jakarta Timur. Ketersediaan dari mie instan Indomie dan Mie Sedaap menyebabkan banyak orang yang dengan mudah mendapatkannya. Akan tetapi, dari hasil penelitian ini, masyarakat lebih mudah memperoleh produk mie instan Indomie dibandingkan dengan produk mie instan Mie Sedaap.

kesadaran yang tinggi, daya tarik produk yang sangat baik, harga yang ditetapkan, dan ketersediaan produk di wilayah Kp. Jembatan RW.14/01 Penggilingan Jakarta Timur yang lebih banyak, menyebabkan pangsa pasar dari produk mie instan Indomie di wilayah Kp. Jembatan RW14/01 Penggilingan Jakarta Timur mencapai 65% lebih besar dibanding Mie Sedaap yang hanya memiliki pangsa pasar 43%.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas, maka saran yang bisa diberikan penulis adalah;

Indomie memiliki pangsa pasar yang baik di wilayah Kp. Jembatan RW.14/01 Penggilingan yaitu sebesar 65%, sedangkan Mie Sedaap memiliki pangsa pasar sebesar 43%. Untuk dapat meluaskan dan mempertahankan pangsa pasar yaitu dengan meningkatkan kualitas dan daya tarik dari produk mie instan Indomie dan Mie Sedaap seperti melakukan inovasi terhadap produk, seperti menciptakan varian-varian baru dengan berbagai rasa yang enak sehingga daya tarik produk dapat meningkat, selain itu mempertahankan *awareness* yang sudah diperoleh dengan meningkatkan promosi-promosi dengan menyertakan keunggulan dan manfaat dari produk masing-masing. Dan juga dengan menetapkan strategi harga yang bersaing dan efektif. Sebab harga merupakan salah satu faktor pertimbangan masyarakat dalam mengkonsumsi produk mie instan Indomie dan Mie Sedaap. Dan memperbanyak saluran distribusi di wilayah Kp. Jembatan RW.14/01 Penggilingan Jakarta Timur sehingga masyarakat menjadi semakin mudah untuk mendapatkannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Handi Irawan, D., 2003. **Winning Strategy**. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Tjiptono, Fandy, 2008. **Strategi Pemasaran**. Yogyakarta: Andi.
- Kartajaya, Hermawan, 2006. **Seri 9 Elemen Marketing Hermawan Kartajaya on Segmentation**. Jakarta: Mark Plus & Co.
- Kasali, Rhenald, 1998. **Membidik Pasar Indonesia**, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip. 1994. **Manajemen Pemasaran: Jilid 1 Edisi Ke Enam, Analisis Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian**. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 1995. **Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian "Buku1"**. Jakarta: PT. Salemba Empat.
- Kotler, Philip. 1998. **Dasar-Dasar Pemasaran: Edisi Bahasa Indonesia Jilid 2**. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. 2002. **Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium Jilid 1**. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary, 2003. **Dasar-dasar Pemasaran**. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P., dkk. 2006. **Marketing, 7th Ed**. Pearson Education Australia/Prentice Hall.
- Porter, M.E. 1996. **What Is Strategy**. Cambridge: Harvard Business Review.
- Purnama, C. M Lingga. 2001. **Strategic Marketing Plan**, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Riduwan, dan Akdon, 2006. **Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistik**, Bandung: ALFABETA.
- Sumarwan, Ujang., dkk. 2010. **Pemasaran Strategik**. Bogor: PT. Penerbit IPB Press.
- Yoeti, Oka A., 2003. **Tours and Tourism Marketing**, Jakarta: PT. Perca.

<http://eprints.undip.ac.id>

[http://dansite.wordpress.com/2009/03/24\](http://dansite.wordpress.com/2009/03/24/)

<http://dgip.go.id:8080/article/view/23/1/8\>

<http://digilib.usu.ac.id/download/fe/ekonomi-arlina4.pdf>

<http://dspace.widyatama.ac.id/bitstream/handle/10364/599/bab2.pdf?sequence=5>

<http://hendra-baroes.blogspot.com>

<http://jurnal-sdm.blogspot.com/2009/04/peran-positioning-dalam-strategi.html>

<http://kopisusu.wordpress.com/category/manajemen-produk/>

<http://mix.co.id>

<http://pio345.blogsome.com/2006/01/07/mie-sedap-vs-indomie/>

<http://ridwaniskandar.files.wordpress>

<http://scribd.com/doc/29045935\>

<http://sytisahdina.blogspot.com/2010-05-01-archive.html>

<http://swa.co.id>

<http://swa.co.id/2005/09/>

<http://tempo.co.id/medika/online/tmp.online.old/lap-1.htm>

<http://wordpress.com>

<http://www.infed.org>

<http://www.legalitas.org>

<http://www://manajemenproduk.blogspot.com/2006/02/positioning.html>

Lampiran 1

Kuesioner

“Analisis Pangsa Pasar Produk Mie Instan Indomie dan Mie Sedaap”

(Studi kasus Masyarakat Kp. Jembatan RW.01/14 Penggilingan Jakarta Timur)

No. Kuesioner:
(diisi oleh peneliti)

Assalamualaikum Wr.Wb

Saya, **Muchamad Irfandy M.** Mahasiswa Darma Persada Jakarta, Fakultas Ekonomi rusan Manajemen. Dengan ini saya bermaksud untuk meminta bantuan partisipasi dari Bapak / u / Saudara / i untuk mengisi kuisisioner berikut. Riset ini untuk mengetahui potensi pangsa sar produk Mie Instan Indomie dan Mie Sedaap.

ngisian kuisisioner ini dapat dilakukan dengan mengikuti petunjuk-petunjuk yang diberikan. dak ada jawaban yang benar ataupun salah. Pilihlah jawaban yang paling sesuai menurut pak / Ibu / Saudara / i.

as bantuan dan partisipasinya saya ucapkan terima kasih.

Data Pribadi Responden:

Berilah tanda centang (√) pada jawaban sesuai dengan data diri Anda.

Nama Anda:

1. Jenis kelamin Anda :

Laki-laki Perempuan

2. Tempat tinggal anda

RT :

| | | | | | | | | | | |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 001 | 002 | 003 | 004 | 005 | 006 | 007 | 008 | 009 | 010 | 011 |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|

3. Pekerjaan Anda saat ini:

Pegawai Negeri Pegawai Swasta
 Wiraswasta Pelajar/Mahasiswa
 Ibu Rumah Tangga Tidak Bekerja

Pertanyaan survei Pangsa Pasar untuk Produk Mie Instan Indomie.

Berilah tanda centang (√) pada jawaban sesuai dengan data diri Anda.

Pertanyaan untuk tingkat *Awareness*

1. Apakah Anda mengenal produk mie instan merek Indomie:

Ya Tidak

Pertanyaan untuk tingkat *Product Attractiveness*

2. Apakah produk mie instan Indomie sudah sesuai dengan harapan anda:

Ya Tidak

Pertanyaan untuk tingkat *Purchase Intention*

3. Apakah harga dari produk mie instan Indomie, menjadi kendala anda untuk membelinya:

Ya Tidak

Pertanyaan untuk tingkat *Availability*

4. Apakah anda dengan mudah mendapatkan produk mie instan Indomie di wilayah Kp. Jembatan RW.14/01 Penggilingan:
 Ya Tidak

Pertanyaan survei Pangsa Pasar untuk Produk Mie Instan Me Sedaap.**Berilah tanda centang (√) pada jawaban sesuai dengan data diri Anda.****Pertanyaan untuk tingkat *Awareness***

1. Apakah Anda mengenal produk Mie Instan merk Mie Sedaap:
 Ya Tidak

Pertanyaan untuk tingkat *Product Attractiveness*

2. Apakah produk mie instan Mie Sedaap sudah sesuai dengan harapan anda:
 Ya Tidak

Pertanyaan untuk tingkat *Purchase Intention*

3. Apakah harga dari produk mie instan Mie Sedaap, menjadi faktor kendala anda untuk membelinya:
 Ya Tidak

Pertanyaan untuk tingkat *Availability*

4. Apakah anda dengan mudah mendapatkan produk mie instan Mie Sedaap di wilayah Kp. Jembatan RW.14/01 Penggilingan:
 Ya Tidak



- Terima Kasih -

LAMPIRAN 2

REKAPITULASI JUMLAH PENDUDUK TAHUN 2008

RW : 014

KELURAHAN : PENGGILINGAN

KECAMATAN : CAKUNG

KOTAMADYA : JAKARTA TIMUR

| RT | JUMLAH KK | JUMLAH ANGGOTA KELUARGA | | |
|------------|--------------|----------------------------|--------------|--------------|
| | | Lk | Pr | JMH |
| 001 | 67 | 127 | 135 | 262 |
| 002 | 59 | 123 | 113 | 236 |
| 003 | 61 | 109 | 117 | 226 |
| 004 | 69 | 132 | 133 | 265 |
| 005 | 97 | 177 | 157 | 334 |
| 006 | 106 | 195 | 187 | 382 |
| 007 | 144 | 283 | 280 | 563 |
| 008 | 67 | 138 | 130 | 268 |
| 009 | 85 | 172 | 162 | 334 |
| 010 | 101 | 219 | 218 | 437 |
| 011 | 59 | 114 | 104 | 218 |
| JMH | 919 | 1.789 | 1.735 | 3.525 |

Lampiran 3

BUKU KODE

| No | Pertanyaan | Jawaban | Kode Jawaban |
|--------------|------------------------|---------------------|--------------|
| 1 | Jenis Kelamin | Wanita | 1 |
| | | Pria | 2 |
| 2 | RT | 1 | 1 |
| | | 2 | 2 |
| | | 3 | 3 |
| | | 4 | 4 |
| | | 5 | 5 |
| | | 6 | 6 |
| | | 7 | 7 |
| | | 8 | 8 |
| | | 9 | 9 |
| | | 10 | 10 |
| | | 11 | 11 |
| 3 | Pekerjaan | Pegawai Negeri | 1 |
| | | Pegawai Swasta | 2 |
| | | Wiraswasta | 3 |
| | | Pelajar / Mahasiswa | 4 |
| | | Ibu Rumah Tangga | 5 |
| | | Tidak Bekerja | 6 |
| Pangsa Pasar | | | |
| 4 | Awareness | Ya | 1 |
| | | Tidak | 0 |
| 5 | Product Attractiveness | Ya | 1 |
| | | Tidak | 0 |
| 6 | Purchase Intentetion | Ya | 0 |
| | | Tidak | 1 |
| 7 | Availability | Ya | 1 |
| | | Tidak | 0 |

Lampiran 4

Tabulasi

| No. | Nama | Jenis Kelamin | RT | Pekerjaan |
|-----|-------------------|---------------|----|-----------|
| 1 | Bowo | 1 | 1 | 1 |
| 2 | Nasan | 1 | 1 | 6 |
| 3 | Novi | 2 | 1 | 2 |
| 4 | Rubinem S. | 2 | 1 | 5 |
| 5 | Kusmiati | 2 | 1 | 5 |
| 6 | Else | 2 | 1 | 5 |
| 7 | Lies | 2 | 1 | 5 |
| 8 | Amir | 1 | 2 | 3 |
| 9 | Nanda | 1 | 2 | 1 |
| 10 | Bintang | 1 | 2 | 4 |
| 11 | Mutia | 2 | 2 | 4 |
| 12 | Bimo | 1 | 2 | 2 |
| 13 | Pamela | 2 | 2 | 2 |
| 14 | ayutianingsih | 2 | 2 | 1 |
| 15 | Nitia | 2 | 3 | 2 |
| 16 | Mayang | 2 | 3 | 1 |
| 17 | Soleh | 1 | 3 | 4 |
| 18 | febry | 2 | 3 | 2 |
| 19 | Dode | 1 | 3 | 2 |
| 20 | Alfian | 1 | 3 | 4 |
| 21 | Grace | 2 | 4 | 2 |
| 22 | Reda | 2 | 4 | 2 |
| 23 | Yeye | 2 | 4 | 1 |
| 24 | Iwan P. | 1 | 4 | 2 |
| 25 | Yenny | 2 | 4 | 5 |
| 26 | fatur | 1 | 4 | 4 |
| 27 | Untung Sudarmanto | 1 | 4 | 2 |
| 28 | Indah I. | 2 | 5 | 2 |
| 29 | Amilus S. | 1 | 5 | 1 |
| 30 | Yuni | 2 | 5 | 5 |
| 31 | Lisa Z. | 2 | 5 | 4 |
| 32 | Aan S. | 1 | 5 | 1 |
| 33 | Upe | 1 | 5 | 1 |
| 34 | Rara S. | 2 | 5 | 4 |
| 35 | Jaya | 1 | 5 | 6 |

| | | | | |
|----|-------------|---|---|---|
| 36 | Nurchotimah | 2 | 5 | 5 |
| 37 | Erika | 2 | 6 | 2 |
| 38 | Tiara D | 2 | 6 | 4 |
| 39 | Ukhan S. | 1 | 6 | 2 |
| 40 | Bimo | 1 | 6 | 4 |
| 41 | adi | 1 | 6 | 3 |
| 42 | Mitha | 2 | 6 | 1 |
| 43 | Veronica | 2 | 6 | 3 |
| 44 | Lutfi | 1 | 6 | 4 |
| 45 | Mirna | 2 | 6 | 5 |
| 46 | Gusti | 1 | 6 | 1 |
| 47 | Tirta J. | 1 | 6 | 6 |
| 48 | Eni Lestari | 2 | 7 | 2 |
| 49 | Ningsih | 2 | 7 | 5 |
| 50 | Ida | 2 | 7 | 5 |
| 51 | Nia | 2 | 7 | 3 |
| 52 | Soleh | 1 | 7 | 2 |
| 53 | Putri S. | 2 | 7 | 2 |
| 54 | Hadi P | 1 | 7 | 3 |
| 55 | Zidan | 1 | 7 | 4 |
| 56 | Yayat | 1 | 7 | 2 |
| 57 | Santi | 2 | 7 | 5 |
| 58 | Ilham | 1 | 7 | 2 |
| 59 | Randa | 2 | 7 | 4 |
| 60 | Aggan | 1 | 7 | 4 |
| 61 | Arbaini M. | 1 | 7 | 3 |
| 62 | Sawiah | 2 | 7 | 3 |
| 63 | Yuliah | 2 | 7 | 6 |
| 64 | Heni A. | 2 | 8 | 2 |
| 65 | Holilah | 2 | 8 | 5 |
| 66 | Diyah | 2 | 8 | 2 |
| 67 | Ela | 2 | 8 | 4 |
| 68 | Rendi | 1 | 8 | 4 |
| 69 | Putu | 1 | 8 | 1 |
| 70 | Lina | 2 | 8 | 2 |
| 71 | Deri | 1 | 8 | 4 |
| 72 | Raga | 1 | 9 | 2 |
| 73 | saiful | 1 | 9 | 6 |
| 74 | slamet | 1 | 9 | 3 |
| 75 | Dini | 2 | 9 | 4 |
| 76 | Inggit | 2 | 9 | 4 |
| 77 | Irmawati | 2 | 9 | 5 |

| | | | | |
|----|------------|---|----|---|
| 78 | M. Ali | 1 | 9 | 6 |
| 79 | Moris | 1 | 9 | 3 |
| 80 | Edi S | 1 | 9 | 1 |
| 81 | Haryani | 2 | 10 | 2 |
| 82 | Nani M. | 2 | 10 | 2 |
| 83 | Reino A. | 1 | 10 | 2 |
| 84 | Jainudin | 1 | 10 | 6 |
| 85 | Ruth S. | 2 | 10 | 5 |
| 86 | Lena L. | 2 | 10 | 1 |
| 87 | Afianto A. | 1 | 10 | 3 |
| 88 | Edi J. | 1 | 10 | 2 |
| 89 | Marwan | 1 | 10 | 6 |
| 90 | Bejo | 1 | 10 | 6 |
| 91 | Billy | 1 | 10 | 1 |
| 92 | Putri S. | 2 | 10 | 4 |
| 93 | Kiki A. | 1 | 11 | 3 |
| 94 | Ermawati | 2 | 11 | 5 |
| 95 | Chelsea A. | 2 | 11 | 4 |
| 96 | Novi S. | 2 | 11 | 2 |
| 97 | Siti M. | 2 | 11 | 2 |
| 98 | Suparman | 1 | 11 | 2 |

| | | | | |
|----|--------|----|----|----|
| 1 | | 47 | 7 | 14 |
| 2 | | 51 | 7 | 29 |
| 3 | | 0 | 6 | 11 |
| 4 | | 0 | 7 | 20 |
| 5 | | 0 | 9 | 15 |
| 6 | | 0 | 11 | 9 |
| 7 | | 0 | 16 | 0 |
| 8 | | 0 | 8 | 0 |
| 9 | | 0 | 9 | 0 |
| 10 | | 0 | 12 | 0 |
| 11 | | 0 | 6 | 0 |
| | Jumlah | 98 | 98 | 98 |

Lampiran 5
Uji Validitas Data
Indomie

| No. Respon | Indomie | | | |
|---------------|-----------|------------------------|--------------------|--------------|
| | Awareness | Product Attractiveness | Purchase Intention | Availability |
| 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 2 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| 3 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 4 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 5 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| 6 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 7 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| 8 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 9 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 10 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| 11 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 12 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 13 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 14 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 15 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 16 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 17 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| 18 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| 19 | 1 | 0 | 1 | 0 |
| 20 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 21 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 22 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 23 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 24 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 25 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| 26 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 27 | 1 | 1 | 0 | 1 |
| 28 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 29 | 1 | 1 | 0 | 1 |
| 30 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 31 | 1 | 1 | 1 | 1 |

| | | | | |
|----|---|---|---|---|
| 32 | 1 | 1 | 0 | 1 |
| 33 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 34 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 35 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| 36 | 1 | 1 | 0 | 1 |
| 37 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 38 | 1 | 0 | 0 | 1 |
| 39 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 40 | 1 | 1 | 1 | 0 |
| 41 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 42 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| 43 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 44 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| 45 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| 46 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 47 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 48 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 49 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 50 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 51 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 52 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 53 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 54 | 1 | 1 | 0 | 1 |
| 55 | 1 | 1 | 0 | 1 |
| 56 | 1 | 1 | 0 | 1 |
| 57 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| 58 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 59 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 60 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 61 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 62 | 1 | 1 | 0 | 1 |
| 63 | 1 | 1 | 0 | 1 |
| 64 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 65 | 1 | 1 | 0 | 1 |
| 66 | 1 | 1 | 0 | 1 |
| 67 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 68 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 69 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 70 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 71 | 1 | 1 | 1 | 1 |

| | | | | |
|----|------|------|------|------|
| 72 | 1 | 1 | 0 | 1 |
| 73 | 1 | 1 | 0 | 1 |
| 74 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 75 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 76 | 1 | 1 | 0 | 1 |
| 77 | 1 | 0 | 0 | 1 |
| 78 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 79 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 80 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 81 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 82 | 1 | 1 | 0 | 1 |
| 83 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 84 | 1 | 1 | 0 | 1 |
| 85 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 86 | 1 | 1 | 0 | 1 |
| 87 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| 88 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 89 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 90 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 91 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 92 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 93 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 94 | 1 | 0 | 0 | 1 |
| 95 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 96 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 97 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 98 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 1 | 98 | 81 | 78 | 96 |
| 0 | 0 | 17 | 20 | 2 |
| | 1.00 | 0.83 | 0.80 | 0.98 |

Lampiran 6
Uji Validitas Data
Mie Sedaap

| No. Respon | Mie Sedaap | | | |
|---------------|------------|----------------|--------------------|--------------|
| | Awarness | Attractiveness | Purchase Intention | availability |
| 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 2 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 3 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| 4 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| 5 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 6 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 7 | 1 | 0 | 1 | 0 |
| 8 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 9 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| 10 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| 11 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 12 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 13 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 14 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 15 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| 16 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| 17 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 18 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 19 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| 20 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| 21 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 22 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| 23 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 24 | 0 | 0 | 1 | 0 |
| 25 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 26 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 27 | 0 | 0 | 1 | 0 |
| 28 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| 29 | 1 | 0 | 1 | 0 |
| 30 | 1 | 0 | 1 | 1 |

| | | | | |
|----|---|---|---|---|
| 31 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| 32 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| 33 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 34 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 35 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 36 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| 37 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| 38 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 39 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 40 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 41 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 42 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| 43 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 44 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 45 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| 46 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 47 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| 48 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| 49 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 50 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 51 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 52 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| 53 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 54 | 1 | 1 | 0 | 1 |
| 55 | 1 | 1 | 0 | 1 |
| 56 | 1 | 1 | 0 | 1 |
| 57 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 58 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 59 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| 60 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| 61 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 62 | 1 | 1 | 0 | 1 |
| 63 | 1 | 1 | 0 | 1 |
| 64 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| 65 | 1 | 1 | 0 | 1 |
| 66 | 1 | 1 | 0 | 1 |
| 67 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 68 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| 69 | 1 | 0 | 1 | 1 |

| | | | | |
|----|------|------|------|------|
| 70 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| 71 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| 72 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 73 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 74 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| 75 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| 76 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 77 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 78 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| 79 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 80 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| 81 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| 82 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| 83 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| 84 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 85 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 86 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| 87 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| 88 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 89 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 90 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 91 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 92 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| 93 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 94 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 95 | 1 | 0 | 1 | 0 |
| 96 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| 97 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 98 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| 1 | 94 | 52 | 89 | 91 |
| 0 | 4 | 46 | 9 | 7 |
| | 0.96 | 0.53 | 0.91 | 0.93 |

Lampiran 7

Variabel Pangsa Pasar Indomie

Variabel Awareness

| No | Pertanyaan | Jawab | |
|----|---|-------------|-----------|
| | | Ya | Tidak |
| 1 | Apakah Anda mengenal produk Mie Instan merek Indomie: | 98 | 0 |
| | Bobot | 100% | 0% |

Variabel Product Attractiveness

| No | Pertanyaan | Jawab | |
|----|--|------------|------------|
| | | Ya | Tidak |
| 1 | Apakah rasa dari produk mie instan Indomie dapat menarik anda untuk membelinya | 81 | 17 |
| | Bobot | 83% | 17% |

Variabel Purchase Intention

| No | Pertanyaan | Jawab | |
|----|---|------------|------------|
| | | Ya | Tidak |
| 1 | Apakah harga dari produk mie instan Indomie, menjadi kendala anda untuk membelinya: | 20 | 78 |
| | Bobot | 89% | 11% |

Variabel Availability

| No | Pertanyaan | Jawab | |
|----|---|------------|-----------|
| | | Ya | Tidak |
| 1 | Apakah anda dengan mudah mendapatkan produk mie instan Indomie diwilayah Kp. Jembatan RW. 14/01 penggilingan: | 96 | 2 |
| | Bobot | 98% | 2% |

Lampiran 8

Variabel Pangsa Pasar Mie Sedaap

Variabel Awareness

| No | Pertanyaan | Jawab | |
|----|--|------------|-----------|
| | | Ya | Tidak |
| 1 | Apakah Anda mengenal produk Mie Instan merek Mie Sedaap: | 94 | 4 |
| | Bobot | 96% | 4% |

Variabel Product Attractiveness

| No | Pertanyaan | Jawab | |
|----|---|------------|------------|
| | | Ya | Tidak |
| 1 | Apakah rasa dari produk mie instan Mie Sedaap dapat menarik anda untuk membelinya | 52 | 46 |
| | Bobot | 53% | 47% |

Variabel Purchase Intention

| No | Pertanyaan | Jawab | |
|----|--|-----------|------------|
| | | Ya | Tidak |
| 1 | Apakah harga dari produk mie instan Mie Sedaap, menjadi kendala anda untuk membelinya: | 9 | 89 |
| | Bobot | 9% | 91% |

Variabel Availability

| No | Pertanyaan | Jawab | |
|----|--|------------|-----------|
| | | Ya | Tidak |
| 1 | Apakah anda dengan mudah mendapatkan produk mie instan Mie Sedaap diwilayah Kp. Jembatan RW. 14/01 penggilingan: | 91 | 7 |
| | Bobot | 93% | 7% |