



**ANALISIS KARAKTERISTIK KONSUMEN DALAM MEMILIH PRODUK MIE  
INSTAN DI RW.09 KELURAHAN MALAKA SARI**

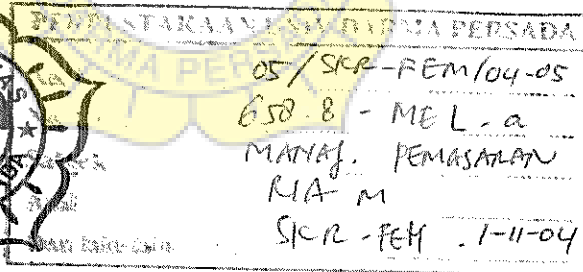
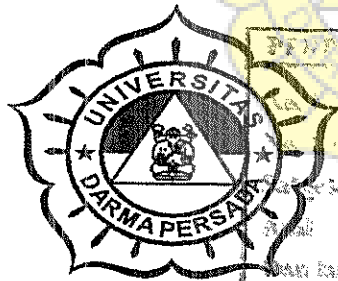
**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Tugas Akademik  
Dan Melengkapi Sebagian Dari Syarat-Syarat Mencapai  
Gelar Sarjana Ekonomi (S1) Jurusan Manajemen

OLEH :

**RIA MELANI**

**N I M : 00410006**



**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS DARMA PERSADA**

**JAKARTA**

**2004**

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : Ria Melani  
NIM : 00410006  
FAKULTAS : Ekonomi  
JURUSAN : Manajemen  
PEMINATAN : Manajemen Pemasaran  
JUDUL SKRIPSI : **ANALISIS KARAKTERISTIK KONSUMEN DALAM  
MEMILIH PRODUK MIE INSTAN DI RW.09  
KELURAHAN MALAKA SARI.**

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan diujikan dihadapan  
Panitia Penguji Skripsi.


Jakarta, Juni 2004

Mengetahui

Menyetujui,

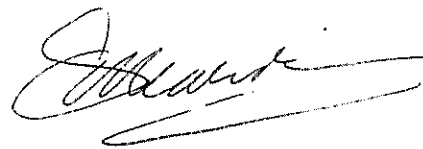
Ketua Jurusan Manajemen

1. Pembimbing Materi

  
( Sukardi, SE )

  
( Drs. Fauzi Baisyir, MM )

2. Pembimbing Teknis



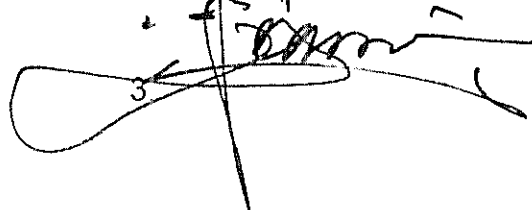
  
( Sukardi, SE )

## LEMBAR PENGESAHAN

NAMA : Ria Melani  
NIM : 00410006  
FAKULTAS : Ekonomi  
JURUSAN : Manajemen  
PEMINATAN : Manajemen Pemasaran  
JUDUL SKRIPSI : **ANALISIS KARAKTERISTIK KONSUMEN DALAM  
MEMILIH PRODUK MIE INSTAN DI RW.09  
KELURAHAN MALAKA SARI.**

Skripsi ini telah diperiksa, dikaji dan diujikan dihadapan Panitia Penguji Skripsi. Pada tanggal.....dengan hasil.....

### PANITIA PENGUJI SKRIPSI

<u>Nama</u>	<u>Jabatan</u>	<u>Tanda Tangan</u>
1. Bpk. DR. Suharto Rahman, MS	Ketua	1. 
2. Bpk. Drs. Fauzi Baisyir, MM	Anggota	2. 
3. Bpk. Drs. Soeroso	Anggota	3. 

## LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA : Ria Melani

NIM : 00410006

FAKULTAS : Ekonomi

JURUSAN : Manajemen

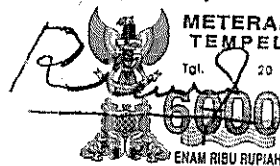
PEMINATAN : Manajemen Pemasaran

JUDUL SKRIPSI : **ANALISIS KARAKTERISTIK KONSUMEN DALAM  
MEMILIH PRODUK MIE INSTAN DI RW.09  
KELURAHAN MALAKA SARI.**

Dengan ini menyatakan skripsi dengan Judul : “ANALISIS KARAKTERISTIK  
KONSUMEN DALAM MEMILIH PRODUK MIE INSTAN DI RW.09  
KELURAHAN MALAKA SARI” dibawah ini merupakan hasil karya sendiri  
dan bukan merupakan jiplakan maupun mengcopy sebagian dari karya orang  
lain. Apabila dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan  
pernyataan ini, saya bersedia mempertanggung jawabkan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yang menyatakan



( Ria Melani )

## ABSTRAKSI

- ( A ) RIA MELANI ( 00410006 )  
( B ) **ANALISIS KARAKTERISTIK KONSUMEN DALAM MEMILIH PRODUK MIE INSTAN DI RW.09 KELURAHAN MALAKA SARI**  
( C ) x + 76 halaman ; 10 tabel ; 3 gambar ; 2 lampiran  
( D ) **Kata Kunci** : Analisis Perilaku Konsumen Dalam Memilih Produk Mie Instan.

( E ) **Alasan Dan Tujuan Penelitian** : Didalam perkembangan dunia saat ini perusahaan dituntut agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang tidak hanya sekedar menghasilkan produk dan dipasarkan kekonsumen saja. hal inipun dapat menimbulkan persaingan yang cukup ketat antara satu usaha dengan usaha yang lain dalam merebut pangsa pasar. Dengan alasan itulah penulis memilih tema ini dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumen didalam memilih produk mie instan ini serta apa yang menjadi dasar pertimbangannya.

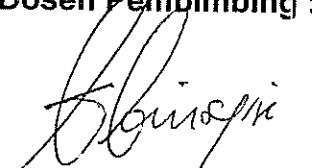
**Metode Penelitian**, Field Research ( observasi dan wawancara ), Library Research.

**Hasil Penelitian**, Penelitian ini dilakukan di RW.09 Kelurahan Malaka Sari terhadap produk mie instan dengan menggunakan tabel tabulasi dengan Jumlah responden 100 orang yaitu pelajar SLTP, SMU dan Mahasiswa saja, yang mana dari hasil tersebut rata-rata responden banyak yang menyukai mie instan dengan rasa kari ayam dibandingkan dengan rasa mie goreng terlihat juga disini dengan hasil persentasenya sebesar 66% responden yang memilih dengan rasa kari ayam, sedangkan para konsumen lebih banyak makan mie instan ini diwaktu santai sebesar 45% dibandingkan pada waktu lapar hanya sebesar 40%

**Kesimpulan Dan Saran**, bahwa yang menjadi dasar pertimbangan konsumen didalam memilih indomie kari ayam ini yaitu karena rasanya dan harganya yang sangat terjangkau, sebab rasa dari indomie kari ayam ini mempunyai ciri khas sendiri dibandingkan dengan mie-mie yang lain. Agar para produsen hendaknya mempertahankan dan meningkatkan kualitas dan mutu dari indomie ini agar tetap laku dipasaran.

F) **Daftar Acuan** : 12 buku ( 1993 – 2001 )

G) **Dosen Pembimbing** :

  
( Drs. Fauzi Baisyir )

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan rasa syukur kepada Allah SWT, penulis berhasil menghadirkan skripsi ini kepada pembaca, karena dengan Rahmat-Nya jumlah penulis memperoleh kekuatan serta kemampuan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan kuliah di Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi ( S1 ) jurusan Manajemen. Dengan terwujudnya skripsi ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Drs. Shanti Danu Boestaman, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
2. Bapak Drs. Fauzi Baisyir MM, selaku PUDEK II Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang juga selaku Dosen Pembimbing Materi yang telah memberikan pengarahan dan petunjuk sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
3. Bapak Sukardi SE, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada, yang juga selaku Dosen Pembimbing Teknis yang telah bersedia meluangkan waktu dan tenaganya untuk membimbing dalam penyusunan skripsi ini.

4. Bapak Drs. Soeroso, selaku Pembimbing Akademik yang juga memberikan pengarahan selama kuliah bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak H. Ridwan, selaku Kasubsi di Kelurahan Malaka Sari yang telah memberikan data-datanya kepada penulis.
6. Papa, Mama serta adikku Rio, Ibnu yang telah memberikan do'a dan perhatiannya dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Buat K' eva, bang Moya dan Mas Denhry Makasih ya atas dukungan, supportnya dan bantuannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsinya dengan cepat.
8. Buat sahabat-sahabatku Dewi yang bawel dan baik hati, Amel yang jutek abis, Eli yang centil, mas bay, karman, dan ayatullah alias (jefri) makasih atas dukungannya dan mau mendengarkan semua keluhan-keluhan aku selama ini.
9. Buat temanku Dado, Lucky dan sugandi makasih ya selama ini kalian menjadi teman yang baik bagiku, buat Dado jangan males lagi donk kuliahnya biar cepet kelar study-nya.
10. Untuk Teman-teman Angkatan 2000 terima kasih buat semuanya dan pihak-pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.
11. Untuk Mas Farid Terima kasih mau mengizinkan penulis untuk bolak-balik masuk keruang perpustakaan Fakultas jangan bosen-bosen ya

Harapan penulis, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya, namun demikian penulis sadar bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, maka dari itu saran-saran dan kritikan dari para pembaca sangat diharapkan, terima kasih.

Jakarta, Juni 2004



## DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAKSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Alasan Pemilihan Judul.....	1
B. Perumusan dan Pembatasan Masalah.....	3
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	4
D. Metodologi Penelitian.....	5
E. Sistematika Penyusunan Skripsi.....	7

**BAB II LANDASAN TEORI**

A. Pengertian Pemasaran dan Bauran Pemasaran..... 9

B. Tahap-Tahap Analisis Pemasaran..... 19

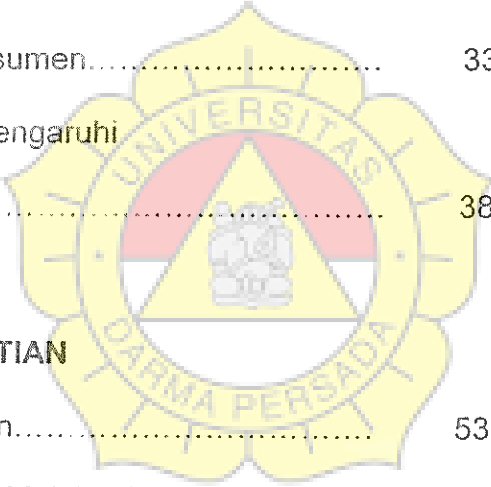
C. Konsep Segmentasi Pasar..... 24

D. Pengertian Perilaku Konsumen..... 26

E. Variabel-Variabel Dalam Mempelajari  
Perilaku Konsumen..... 32

F. Model-model Perilaku Konsumen..... 33

G. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi  
Perilaku Konsumen ..... 38



**BAB III GAMBARAN UMUM PENELITIAN**

A. Gambaran Lokasi Penelitian..... 53

B. Kependudukan Kelurahan Malaka Sari ..... 54

C. Identitas Responden..... 59

D. Cara Pengambilan Data..... 60

**BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN**

A. Wilayah, Daerah Penelitian dan Responden..... 61

B. Hasil Penelitian..... 62

C. Analisa Deskriptif..... 70

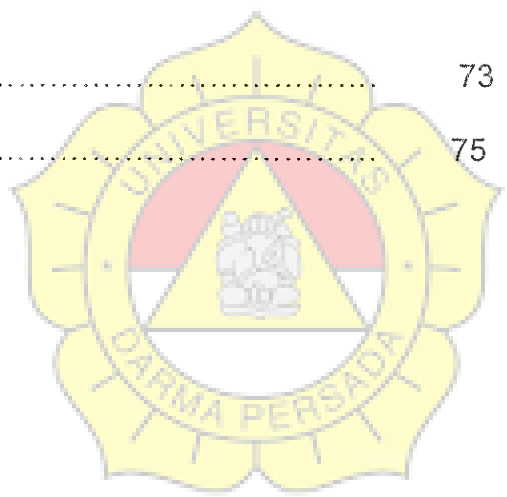
**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan..... 73

B. Saran..... 75

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
III.1	Jumlah Penduduk menurut Kelompok umur dan jenis Kelamin.....	43
III.2	Jumlah Penduduk setiap RW.....	44
IV.1	Frekwensi dalam seminggu konsumen makan mie instan.....	49
IV.2	Dimana konsumen sering melihat iklan mie instan.....	50
IV.3	Merk atau jenis mie instan apa yang biasanya dikonsumsi oleh konsumen.....	51
IV.4	Tinjauan rasa favorit dari mie instan yang dipilih oleh konsumen.....	52
IV.5	Tinjauan harga menurut konsumen terhadap mie instan yang disukai.....	53
IV.6	Alasan konsumen didalam memilih mie instan.....	54
IV.7	Situasi atau kondisi apa konsumen makan mie instan.....	55
IV.8	Dimana konsumen sering makan mie instan.....	56

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
II.1	Tahap-tahap analisis pemasaran.....	18
II.2	Pola dasar dari teori perilaku konsumen.....	28
II.3	Model perilaku konsumen.....	31



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Di dalam perkembangan dunia usaha saat ini perusahaan dituntut agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang tidak hanya sekedar menghasilkan produk dan dipasarkan ke konsumen. Perkembangan ini sangat mempengaruhi perilaku dan keinginan konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh konsumen.

Melihat semakin meningkatnya persaingan produk yang sangat kompetitif ini, konsumen akan diteliti pada saat melakukan pembelian terhadap suatu produk, dengan melihat pada mutu, harga, jenis produk, maupun merek dari produk itu sendiri. Perusahaan sebagai pemasar berusaha agar produk yang ditawarkan dapat diterima oleh konsumen dalam pembeliannya.

Konsumen dapat mempunyai perilaku yang berbeda, sehingga perilaku pembelian merekapun ikut terpengaruhi. Dengan kata lain perusahaan harus dapat menyesuaikan produk yang dihasilkannya dengan apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari konsumen disamping faktor lingkungan perkembangan teknologi dan persaingan antara perusahaan yang satu dengan yang lainnya juga akan mempengaruhi perilaku konsumen dalam proses pembeliannya terhadap

suatu produk. Sebagaimana kita ketahui bahwa pertumbuhan industri mie sekarang ini sudah berkembang dengan pesatnya. Hal ini terbukti dengan semakin banyaknya perusahaan yang memproduksi mie instan sehingga membuat konsumen menjadi bingung untuk memilih produk mie yang seperti apa yang baik untuk dikonsumsi dan banyak digemari oleh masyarakat lainnya.

Kenyataan tersebut mendorong tingkat dan berkembang usaha komersial yang bergerak dibidang industri mie instan. Peluang tersebut dimanfaatkan oleh seluruh masyarakat yang menyukai mie instan ini. Dengan semakin banyaknya jenis mie dipasaran dengan berbagai keunggulan atau menjadikan konsumen lebih leluasa untuk memilih produk yang sesuai dengan keinginannya. Hal ini menimbulkan persaingan yang cukup ketat antara satu usaha dengan usaha lainnya dalam merebut pangsa pasarnya. Dengan persaingan yang semakin ketat maka ruang gerak perusahaan akan semakin sempit, sehingga untuk mempertahankan diri dan berhasil dalam persaingan, perusahaan dituntut untuk selalu inovatif dan menciptakan kepuasan kepada konsumen.

Sesuai dengan uraian diatas penulis tertarik untuk membahas mengenai bagaimana perilaku konsumen terhadap produk Mie instan sebagai makanan dan sejauh mana pertimbangan konsumen dalam memilih Mie instan sebagai makanan yang dikaitkan dengan atribut yang ditawarkannya. Untuk itu penulis memilih Judul:

“ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMILIH PRODUK MIE INSTAN DI RW. 09 KELURAHAN MALAKA SARI“. Agar dapat menarik minat dan perhatian konsumen sebanyak mungkin. Dengan adanya tingkat persaingan yang ketat, perusahaan berusaha untuk menciptakan produk yang dihasilkannya sebaik mungkin dan agar dapat memberikan kontribusi dalam memajukan sektor industri di Indonesia.

### 3. Perumusan Dan Pembatasan Masalah

#### 1. Perumusan Masalah

Dikaitkan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen yang semakin kompleks dengan apa yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen, maka permasalahan yang penulis ingin teliti adalah:

- a. Bagaimana perilaku konsumen dalam memilih Mie instan ?
- b. Apa yang menjadi dasar pertimbangan konsumen dalam membeli produk Mie instan sebagai makanan favorit ?

#### 2. Pembatasan Masalah

Dalam penulisan skripsi ini, penulis membatasi hanya kepada perilaku konsumen terhadap produk Mie instan sebagai makanan dan untuk mempersempit ruang lingkup penelitian hanya dilakukan dilingkungan rumah penulis yaitu Rt.001, Rt.002, Rt.003, Rw.09 Kelurahan Malaka Sari , Jakarta Timur.

## **3. Tujuan Dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

- a. Untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumen dalam memilih Mie instan.
- b. Untuk mengetahui apa yang menjadi dasar pertimbangan konsumen dalam membeli produk Mie instan sebagai makanan favorit.

### **2. Manfaat Penelitian**

#### **1. Bagi Penulis :**

Dapat menambah wawasan dalam bidang pemasaran khususnya pada Perilaku Konsumen dan sekaligus sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana.

#### **2. Bagi Konsumen :**

Dapat menambah wawasan pengetahuan dibidang pemasaran bagi masyarakat umum dan dapat dijadikan sebagai bahan masukan dalam penelitian pada bidang yang sama dimasa berikutnya.

#### **3. Bagi Universitas:**

Untuk menambah referensi Universitas, sehingga dapat digunakan oleh para mahasiswa sebagai salah satu acuan dalam menambah pengetahuan ataupun dalam melakukan penelitian yang sejenis.

## **D. Metode Penelitian**

### **1. Pengumpulan Data**

Dalam rangka usaha untuk mendapatkan serta mengumpulkan data yang diperlukan didalam penelitian ini, digunakan metode pengumpulan data sebagai berikut :

#### **1. Riset Lapangan (Field Research)**

Yaitu mengumpulkan data primer dari para responden yang dijadikan objek penelitian dengan tehnik-tehnik sebagai berikut :

- a. Observasi langsung dan menyebarkan kuesioner, dengan cara pengumpulan data dilakukan melalui pengamatan secara langsung pada setiap responden.
- b. Wawancara, dengan melakukan interview pada setiap responden yang penulis tentukan usianya.

#### **2. Riset Kepustakaan (Library Research)**

Yaitu mengumpulkan data didasarkan studi kepustakaan dengan menggunakan buku wajib untuk mendapatkan gambaran secara teoritis tentang perilaku konsumen.

### **2. Analisis Data**

Tehnik analisis data adalah serangkaian kegiatan yang mengelola data yang telah dikumpulkan dari penelitian menjadi bentuk yang lebih mudah diterapkan.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan tehnik analisa data dengan 2 (dua) metode yaitu :

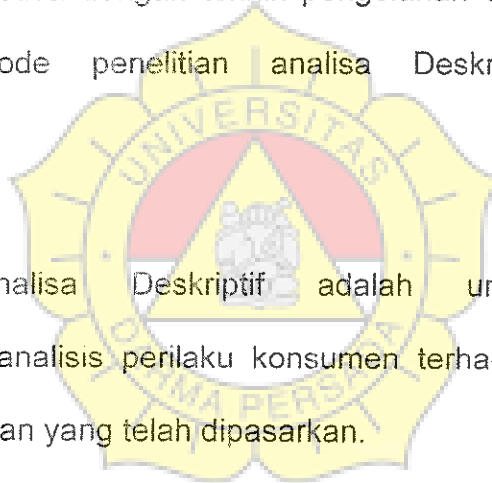
1. Metode Kualitatif

Yaitu metode yang menganalisa perilaku konsumen yang digunakan serta membandingkan dengan teori tentang perilaku konsumen itu sendiri.

2. Metode Kuantitatif

Yaitu metode yang menganalisa dengan teknik pengolahan data yaitu tabulasi dan metode penelitian analisa Deskriptif (persentase).

Tujuan digunakannya analisa Deskriptif adalah untuk menggambarkan dan mengetahui analisis perilaku konsumen terhadap pola konsumsi suatu produk mie instan yang telah dipasarkan.



## E. Sistematika Penyusunan Skripsi

Penulisan skripsi ini dibagi dalam bentuk bab per bab dengan tujuan mempermudah pembahasan. Penulisan skripsi ini mengikuti sistematika sebagai berikut :

### Bab I : Pendahuluan

Dalam bab ini dibahas mengenai Latar belakang masalah, Perumusan & Pembatasan masalah, Tujuan & manfaat penelitian, Metodologi penelitian yang digunakan dan sistematika pembahasan skripsi.

### Bab II : Landasan Teori

Dalam bab ini diterangkan mengenai pengertian Pemasaran dan Bauran pemasaran, Tahap-tahap analisis pemasaran, Konsep Segmentasi pasar, Pengertian perilaku konsumen, Teori-teori perilaku konsumen, Variabel-variabel dalam mempelajari perilaku konsumen, Model-model Perilaku Konsumen, faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen.

### Bab III : Gambaran Umum Objek Penelitian

Dalam bab ini diuraikan secara singkat mengenai gambaran umum mengenai Kelurahan Malaka Sari serta data-data penduduk dari usia, jenis kelamin, dan identitas responden.

#### Bab IV : Analisa dan Pembahasan

Dalam bab ini akan dibahas analisa permasalahannya dan pembahasannya, dimana penulis akan mencoba untuk memecahkan permasalahan yang dihadapi dipasaran, serta perilaku konsumen itu sendiri.

#### Bab V : Kesimpulan dan Saran

Bab ini merupakan kesimpulan dan saran atas perilaku konsumen didalam memilih produk Mie instan.

