



ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE OLEH KONSUMEN MUDA DI KOTA BOGOR

RARA SEKAR AYU



**MAGISTER SAINS AGRIBISNIS
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PERNYATAAN MENGENAI TESIS DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis dengan judul “Analisis Keputusan Pembelian Mie oleh Konsumen Muda di Kota Bogor” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka di bagian akhir tesis ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Desember 2024

Rara Sekar Ayu
H3501211030

@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



RINGKASAN

RARA SEKAR AYU. Analisis Keputusan Pembelian Mie oleh Konsumen Muda di Kota Bogor. Dibimbing oleh BAYU KRISNAMURTHI dan DWI RACHMINA.

Mie merupakan salah satu makanan cepat saji yang paling banyak dikonsumsi oleh kalangan masyarakat termasuk konsumen muda. Menurut Asosiasi Produsen Tepung Terigu Indonesia (APTINDO), mayoritas pengguna tepung terigu adalah UMKM. Jumlah UMKM di Indonesia menunjukkan peningkatan secara terus-menerus. Kota Bogor termasuk salah satu wilayah di Jawa Barat yang memiliki total konsumsi mie cukup banyak. Data Dinas Koperasi dan UMKM Jawa Barat menunjukkan UMKM kategori makanan dan minuman merupakan UMKM terbesar di Kota Bogor dan mengalami peningkatan secara terus-menerus setiap tahunnya. Peningkatan jumlah UMKM makanan dan minuman di Kota Bogor dapat menyebabkan persaingan semakin tinggi. Oleh karena itu penerapan strategi yang tepat perlu dilakukan khususnya bagi UMKM mie sebagai upaya dalam membangun daya saing usaha agar mampu bersaing dengan UMKM mie lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses dan faktor apa saja yang memengaruhi keputusan pembelian mie oleh konsumen muda di Kota Bogor serta merumuskan implikasi manajerial sebagai strategi bagi UMKM mie dalam membangun daya saing usaha.

Penelitian ini menggunakan data primer hasil survei 95 konsumen muda yang berada di Kota Bogor. Pengumpulan data dilakukan pada bulan November hingga Desember 2023. Sampel penelitian ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dianalisis menggunakan analisis deskriptif untuk menganalisis proses keputusan pembelian dan *Structural Equation Modelling-Partial Least Square* (SEM-PLS) untuk menganalisis faktor yang memengaruhi keputusan pembelian mie oleh konsumen muda di Kota Bogor. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen muda melewati berbagai proses sebelum membuat keputusan pembelian meliputi identifikasi kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Faktor yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen muda adalah faktor atribut produk, distribusi, promosi, dan gaya hidup. Faktor yang berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen muda adalah faktor harga. Penelitian ini memberikan suatu rekomendasi khususnya bagi UMKM mie sebagai strategi dalam membangun daya saing usaha. Diharapkan UMKM mie melakukan diferensiasi produk melalui inovasi produk, mengoptimalkan distribusi produk, dan meningkatkan promosi produk agar mampu bersaing dengan kompetitor UMKM mie lainnya.

Kata Kunci: konsumen muda, konsumsi mie, perilaku konsumen, umkm

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

SUMMARY

RARA SEKAR AYU. Analysis of Noodle Purchase Decisions by Young Consumers in Bogor City. Supervised by BAYU KRISNAMURTHI and DWI RACHMINA.

Noodles are one of the most widely consumed fast foods by the community, including young consumers. According to the Indonesian Wheat Flour Producers Association (APTINDO), the majority of wheat flour users are SMEs. The number of SMEs in Indonesia shows a continuous increase. Bogor City is one of the areas in West Java that has a fairly large total noodle consumption. Data from the West Java Cooperative and SMEs Service shows that SMEs in the food and beverage category are the largest SMEs in Bogor City and have experienced a continuous increase every year. The increase in the number of food and beverage SMEs in Bogor City can lead to increasingly high competition. Therefore, the implementation of the right strategy needs to be carried out, especially for noodle SMEs as an effort to build business competitiveness in order to compete with other noodle SMEs. This study aims to analyze the processes and factors that influence the decision to purchase noodles by young consumers in Bogor City and to formulate managerial implications as a strategy for noodle SMEs in building business competitiveness.

This study aims to analyze the process and factors that influence the decision to purchase noodles by young consumers in Bogor City and to formulate managerial implications as a strategy for noodle SMEs in building business competitiveness. This study uses primary data from a survey of 95 young consumers in Bogor City. Data collection was conducted from November to December 2023. The research sample was determined using purposive sampling techniques. The data were analyzed using descriptive analysis to analyze the purchasing decision process and Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS) to analyze the factors that influence noodle purchasing decisions by young consumers in Bogor City. The results of the study show that young consumers go through various processes before making a purchasing decision including identifying needs, searching for information, evaluating alternatives, purchasing decisions, and post-purchase behavior. Factors that have a positive and significant effect on young consumers' purchasing decisions are product attribute factors, distribution, promotion, and lifestyle. Factors that have a negative and insignificant effect on young consumers' purchasing decisions are price factors. This study provides a recommendation especially for noodle SMEs as a strategy in building business competitiveness. It is expected that noodle SMEs will differentiate their products through product innovation, optimize product distribution, and increase product promotion in order to be able to compete with other noodle SMEs competitors.

Keyword: *consumer behavior, noodle consumption, small and medium enterprises, young consumer*

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



Judul Tesis

Nama
NIM

: Analisis Keputusan Pembelian Mie oleh Konsumen Muda
di Kota Bogor
: Rara Sekar Ayu
: H3501211030

Disetujui oleh

Pembimbing 1:
Prof. Dr. Ir. Y. Bayu Krisnamurthi, M.S.



Pembimbing 2:
Dr. Ir. Dwi Rachmina, M.Si.



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Prof. Dr. Ir. Rita Nurmalina, M.S.
NIP. 19550713 198703 2 001



Dekan Fakultas Ekonomi dan Manajemen:
Dr. Irfan Syauqi Beik, S.P., M.Sc.Ec.
NIP. 19790422 200604 1 002



Tanggal Ujian: 01 November 2024

Tanggal Pengesahan: 03 JAN 2025

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak_cipta_milik_IPB_University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PRAKATA

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan November 2023 ini ialah perilaku konsumen, dengan judul “Analisis Keputusan Pembelian Mie oleh Konsumen Muda di Kota Bogor”. Ucapan terima kasih penulis tujukan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Y. Bayu Krisnamurthi, M.S. dan Ibu Dr. Ir. Dwi Rachmina, M.Si. selaku komisi pembimbing atas kesabarannya dan senantiasa memberikan saya bimbingan, masukan, bantuan, dan motivasikepada penulis untuk menyelesaikan tesis dengan baik.
2. Bapak Dr. Ir. Suharno, M.Adev. selaku penguji luar komisi pembimbing; Ibu Dr. Ir. Harmini, M.Si. selaku penguji perwakilan program studi; Ibu Dr. Ir. Sri Mulatsih, M.Sc. Agr. selaku dosen moderator seminar; dan Ibu Dr. Ir. Netti Tinaprilla, MM. selaku dosen evaluator kolokium yang sudah memberikan arahan dan masukan untuk perbaikan penulisan tesis.
3. Seluruh dosen dan tenaga kependidikan Program Studi Sains Agribisnis yang telah membagikan ilmunya serta membantu kelancaran proses perkuliahan.
4. Penghargaan yang tinggi dan ucapan terima kasih kepada kedua orang tua penulis yang tercinta, Bapak Jarno WR dan Ibu Elida Sihombing, adik penulis yang tersayang Sahara Dara Anjani atas segala dukungan baik secara moral maupun material, doa, limpahan kasih sayang, dan semangat yang selalu diberikan dengan tulus kepada penulis selama berkuliah dan penyelesaian penulisan tugas akhir maupun di setiap fase kehidupan yang penulis lewati.
5. Rekan-rekan Magister Sains Agribisnis IPB 12 yang telah kebersamai dalam proses perkuliahan dan penyelesaian tesis ini.
6. *Last but not least, I wanna thank myself for always believing in myself, giving my best, not quitting, fighting the tears and conquered the fear, for accomplishing this master's degree responsibly. You did a great job, Rawra!*

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Desember 2024

Rara Sekar Ayu



DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xi
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	7
II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Proses Keputusan Pembelian Konsumen	9
2.2 Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen	10
III KERANGKA PENELITIAN	13
3.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	13
3.2 Kerangka Pemikiran Operasional	16
3.3 Hipotesis Penelitian	17
IV METODE PENELITIAN	19
4.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	19
4.2 Jenis dan Sumber Data	19
4.3 Metode Penentuan Sampel	19
4.4 Metode Analisis Data	19
V HASIL DAN PEMBAHASAN	25
5.1 Karakteristik Responden	25
5.2 Pengetahuan Mie Basah oleh Konsumen Muda	25
5.3 Proses Keputusan Pembelian	29
5.4 Evaluasi Uji Model Penelitian	33
5.5 Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen	44
5.6 Implikasi Manajerial	49
VI SIMPULAN DAN SARAN	55
6.1 Simpulan	55
6.2 Saran	55
DAFTAR PUSTAKA	57
RIWAYAT HIDUP	63

Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.