

ABSTRAK

Pada saat ini perkembangan zaman begitu pesat, baik dari aspek pendidikan, ekonomi, budaya, dan khususnya teknologi. Keadaan ini membuka peluang usaha bagi produsen makanan instant dalam membuat produk makanan instant yang praktis, nikmat, bergizi dan ekonomis. Sehingga dapat membuat konsumen tertarik, dalam hal ini PT. Mayora selaku produsen makanan instant menghadirkan produk mie seduh yang diberi nama *Mie Gelas*. Dalam penelitian ini, penulis tertarik untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Perceived Quality* produk Mie Gelas terhadap minat beli konsumen.

Setiap produk mempunyai karakteristik masing-masing. Karakteristik itu dapat berupa *features, quality, style & desain, service & warranty* serta hal-hal lainnya. Persepsi konsumen terhadap suatu produk dapat berbeda-beda. Persepsi akan membentuk suatu sikap. Sikap dapat dilihat dari kepuasan dan minat konsumen terhadap produk tersebut. Sehingga bila persepsi konsumen akan suatu produk bernilai positif, maka kemungkinan besar akan menimbulkan minat beli, dan akan terjadi proses pembelian.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode descriptive. Sampel penelitian ini adalah para pengunjung atau konsumen di PT. Inbisco Niagatama (Mayora) Bandung. Teknik pengambilan sampel berdasarkan *judgement sampling*. Penelitian ini terdiri dari variabel bebas (*Perceived Quality* produk Mie Gelas) dan variabel terikat (Minat Beli Konsumen).

Dari hasil penelitian, diperoleh nilai t hitung sebesar 6,96. Nilai t hitung (6,96) lebih besar dari pada t tabel (1,98) sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan antara *Perceived Quality* produk Mie Gelas terhadap minat beli konsumen di PT. Inbisco Niagatama (Mayora) Bandung.

Kesimpulan yang bisa didapat adalah bahwa *Perceived Quality* itu sendiri terdiri dari dua bagian, yaitu yang dinyatakan (berupa kualitas produk) dan yang tidak dinyatakan (kualitas pelayanan terhadap konsumen). Oleh karena itu walaupun terdapat pengaruh yang signifikan antara *Perceived Quality* produk Mie Gelas terhadap minat beli konsumen, hal tersebut akan menjadi jauh lebih baik jika ditambah dengan peningkatan kualitas pelayanan terhadap konsumen itu sendiri.

DAFTAR ISI

ABSTRAK		i
KATA PENGANTAR		ii
DAFTAR ISI		iv
DAFTAR GAMBAR		vii
DAFTAR TABEL		viii
BAB I	PENDAHULUAN	1
	1.1 Latar Belakang Penelitian	1
	1.2 Identifikasi Masalah	3
	1.3 Pembatasan Masalah	4
	1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian	4
	1.5 Kegunaan Penelitian	4
	1.6 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	5
	1.6.1 Kerangka Pemikiran	5
	1.6.2 Hipotesis Penelitian	7
	1.7 Lokasi Penelitian	7
BAB II	TINJAUAN PUSTAKA	8
	2.1 Produk	8
	2.1.1 Pengertian Produk	8
	2.1.2 Tingkatan Produk	9
	2.1.3 Kalisifikasi Produk	12
	2.2 Persepsi Konsumen	15
	2.2.1 Faktor-faktor Persepsi	17
	2.3 Kualitas	19
	2.4 Perceived Quality	23
	2.4.1 Mengukur <i>Perceived Quality</i>	25

2.5	Proses Pembelian Konsumen	25
2.6	Minat Beli Konsumen	27
2.7	Hubungan Persepsi Kualitas Produk Dengan Minat Beli Konsumen	28
BAB III	OBJEK DAN METODE PENELITIAN	30
3.1	Objek Penelitian	30
3.1.1	Sejarah PT. Inbisco Niagatama Bandung	30
3.1.2	Struktur Organisasi PT. Inbisco Niagatama (Mayora) Bandung	30
3.1.3	Job Deskripsi PT. Inbisco Niagatama (Mayora) Bandung	32
3.1.4	Produk Mie Gelas	34
3.2	Metode Penelitian	35
3.2.1	Metode dan Jenis Penelitian	35
3.2.2	Teknik Pengumpulan Data	35
3.2.3	Sampel Penelitian	36
3.2.4	Operasionalisasi Variabel	37
3.2.5	Pengukuran Variabel	39
3.2.6	Uji Validitas dan Reliabilitas	40
3.2.6.1	Uji Validitas	40
3.2.6.2	Uji Reliabilitas	41
3.2.7	Teknik Analisis Data	43
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN	46
4.1	Hasil Penelitian	46
4.2	Analisis Deskriptif	47
4.2.1	Data Responden	47
4.2.2	Analisis Validitas dan Reliabilitas	49
4.2.3	<i>Perceived Quality</i>	51
4.2.4	Minat Beli	59

4.3	Pembahasan	61
4.3.1	Analisis Regresi Linier Sederhana	63
4.3.2	Koefisien Determinasi	64
4.3.3	Pengujian Hipotesis	65
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	67
5.1	Kesimpulan	67
5.2	Saran	68

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Indikator Minat Beli	28
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel (X) Perceived Quality Terhadap Produk Mie Gelas	38
Tabel 3.2	Operasionalisasi Variabel (Y) Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Produk Mie Gelas	38
Tabel 4.1	Usia Responden	47
Tabel 4.2	Jenis Kelamin Responden	47
Tabel 4.3	Penghasilan Responden Per Bulan	48
Tabel 4.4	Pekerjaan Responden	48
Tabel 4.5	Frekuensi Responden Membeli Mie Gelas	49
Tabel 4.6	Kemasan Mie Gelas Perlu Dilengkapi Garpu Plastik dan Gelas Yang Terbuat Dari Stereofom Untuk Memudahkan Dalam Penyajiannya	51
Tabel 4.7	Mie Gelas Yang Diproduksi Dalam Berbagai Cita Rasa, Dinilai Enak Rasanya	52
Tabel 4.8	Mie Gelas Memiliki Teksture Mie Yang Lembu8t Dan Halus	52
Tabel 4.9	Mie Gelas Mempunyai Aroma Khas Harum Yang Dapat Membangkitkan Selera Makan	53
Tabel 4.10	Tanggal Kadaluarsa Mie Gelas Perlu Dicantumkan Dengan Jelas Dibagian Belakang Kemasannya	54
Tabel 4.11	Mie Gelas Perlu Dilengkapi Dengan Saos Sambal Dan Bawang Goreng Sebagai Bahan Pelengkap	55
Tabel 4.12	Mie Gelas Yang Diproduksi Mengandung Karbohidrat, Asam Folat, Dan Mineral Dinilai Baik Untuk Kesehatan	55
Tabel 4.13	Mie Gelas Yang Diproduksi Mengandung Vitamin B1, B6, B12, Dan Zat Besi Dinilai Cukup Gizinya	56
Tabel 4.14	Satu Bungkus Mie Gelas Yang Memiliki Berat Netto 40 Gram	

	Dinilai Cukup Mengenyangkan	57
Tabel 4.15	Pernyataan Bahwa Mie Gelas Telah Lulus Dari Badan Pengawas Makanan (BP POM) Dan Memiliki Sertifikat Halal Dari Majelis Ulama Indonesia Dinilai Sangat Baik	58
Tabel 4.16	Responden Cenderung Ingin Mengenal Mie Gelas	59
Tabel 4.17	Responden Berminat Untuk Mengajak Rekan / Keluarga Anda Dalam Mengenal Mie Gelas	59
Tabel 4.18	Responden Anda Akan Mencari Informasi Lebih Banyak Mengenai Mie Gelas	60
Tabel 4.19	Responden Tertarik Ingin Membeli Mie Gelas	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Lima Tingkatan Produk	11
Gambar 3.1	Struktur Organisasi PT. Inbisco Niagatama (Mayora) Bandung	31

Lampiran Output SPSS 13

Output Validitas Reliabilitas Variabel X

Correlations

		X
PQ1	Pearson Correlation	,757
PQ2	Pearson Correlation	,424
PQ3	Pearson Correlation	,527
PQ4	Pearson Correlation	,813
PQ5	Pearson Correlation	,560
PQ6	Pearson Correlation	,403
PQ7	Pearson Correlation	,475
PQ8	Pearson Correlation	,541
PQ9	Pearson Correlation	,426
PQ10	Pearson Correlation	,446

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,734	10

Output Validitas dan Reliabilitas Variabel Y

Correlations

		Y
MB1	Pearson Correlation	,889
MB2	Pearson Correlation	,632
MB3	Pearson Correlation	,449
MB4	Pearson Correlation	,881

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,710	4

Analisis Deskriptif

Frequency Table

Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 31-40 thn	46	46,0	46,0	46,0
41-50 thn	26	26,0	26,0	72,0
>50 thn	28	28,0	28,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Jenis Kelamin

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pria	31	31,0	31,0	31,0
Wanita	69	69,0	69,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Penghasilan/bln

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Rp. 700.000- Rp. 1.000.000	43	43,0	43,0	43,0
Rp 1.000.000- Rp. 2.000.000	28	28,0	28,0	71,0
>Rp. 2.000.000	29	29,0	29,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Karyawan	45	45,0	45,0	45,0
Profesional/pengusaha	21	21,0	21,0	66,0
Ibu rumah tangga	34	34,0	34,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Seberapa Sering

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sering	34	34,0	34,0	34,0
Jarang	22	22,0	22,0	56,0
Tidak pernah	44	44,0	44,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Frequency Table

PQ1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat setuju	26	26,0	26,0	26,0
Setuju	53	53,0	53,0	79,0
Kurang setuju	17	17,0	17,0	96,0
Tidak setuju	4	4,0	4,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

PQ2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat setuju	39	39,0	39,0	39,0
Setuju	48	48,0	48,0	87,0
Kurang setuju	13	13,0	13,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

PQ3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat setuju	16	16,0	16,0	16,0
Setuju	60	60,0	60,0	76,0
Kurang setuju	24	24,0	24,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

PQ4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat setuju	25	25,0	25,0	25,0
Setuju	58	58,0	58,0	83,0
Kurang setuju	17	17,0	17,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

PQ5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat setuju	25	25,0	25,0	25,0
Setuju	73	73,0	73,0	98,0
Kurang setuju	2	2,0	2,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

PQ6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat setuju	13	13,0	13,0	13,0
Setuju	80	80,0	80,0	93,0
Kurang setuju	7	7,0	7,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

PQ7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat setuju	30	30,0	30,0	30,0
Setuju	68	68,0	68,0	98,0
Kurang setuju	2	2,0	2,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

PQ8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat setuju	22	22,0	22,0	22,0
Setuju	78	78,0	78,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

PQ9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat setuju	19	19,0	19,0	19,0
Setuju	61	61,0	61,0	80,0
Kurang setuju	20	20,0	20,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

PQ10

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat setuju	43	43,0	43,0	43,0
Setuju	57	57,0	57,0	100,0
Totalss	100	100,0	100,0	

MB1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Setuju	26	26,0	26,0	26,0
Setuju	53	53,0	53,0	79,0
Kurang Setuju	17	17,0	17,0	96,0
Tidak setuju	4	4,0	4,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

MB2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat setuju	39	39,0	39,0	39,0
Setuju	48	48,0	48,0	87,0
Kurang setuju	13	13,0	13,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

MB3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat setuju	16	16,0	16,0	16,0
Setuju	60	60,0	60,0	76,0
Kurang setuju	24	24,0	24,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

MB4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat setuju	25	25,0	25,0	25,0
Setuju	58	58,0	58,0	83,0
Kurang setuju	17	17,0	17,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Analisis Regresi Regression

Variables Entered/Removed⁰

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X ^a		Enter

- a. All requested variables entered.
b. Dependent Variable: Y

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of The Estimate
1	,575 ^a	,331	,324	1,33108

- a. Predictors: (Constant), X

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	f	Sig.
1	Regression	85,727	1	85,727	48,385	,000 ^a
	Residual	173,633	98	1,772		
	Total	259,360	99			

- a. Predictors: (Constant), X
b. Dependent Variable: Y

Coefficients^a

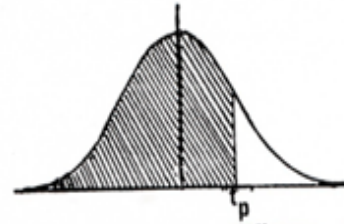
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,870 ,370	1,400 ,054	 ,575	,622 6,956	,536 ,000

- a. Dependent Variable: Y

DAFTAR 8

Nilai Persentil
Untuk Distribusi t
 $\nu = dk$

(Bilangan Dalam Badan Daftar Menyatakan t_p)



ν	$t_{0,995}$	$t_{0,99}$	$t_{0,975}$	$t_{0,95}$	$t_{0,90}$	$t_{0,80}$	$t_{0,75}$	$t_{0,70}$	$t_{0,60}$	$t_{0,55}$
1	63,66	31,82	12,71	6,31	3,08	1,376	1,000	0,727	0,325	0,158
2	9,92	6,96	4,30	2,92	1,89	1,061	0,816	0,617	0,289	0,142
3	5,84	4,54	3,18	2,35	1,64	0,978	0,765	0,584	0,277	0,137
4	4,60	3,75	2,78	2,13	1,53	0,941	0,741	0,569	0,271	0,134
5	4,03	3,36	2,75	2,02	1,48	0,920	0,727	0,559	0,267	0,132
6	3,71	3,14	2,45	1,94	1,44	0,906	0,718	0,553	0,265	0,131
7	3,50	3,00	2,36	1,90	1,42	0,896	0,711	0,549	0,263	0,130
8	3,36	2,90	2,31	1,86	1,40	0,889	0,706	0,546	0,262	0,130
9	3,25	2,82	2,26	1,83	1,38	0,883	0,703	0,543	0,261	0,129
10	3,17	2,76	2,23	1,81	1,37	0,879	0,700	0,542	0,260	0,129
11	3,11	2,72	2,20	1,80	1,36	0,876	0,697	0,540	0,260	0,129
12	3,06	2,68	2,18	1,78	1,36	0,873	0,695	0,539	0,259	0,128
13	3,01	2,65	2,16	1,77	1,35	0,870	0,694	0,538	0,259	0,128
14	2,98	2,62	2,14	1,76	1,34	0,868	0,692	0,537	0,258	0,128
15	2,95	2,60	2,13	1,75	1,34	0,866	0,691	0,536	0,258	0,128
16	2,92	2,58	2,12	1,75	1,34	0,865	0,690	0,535	0,258	0,128
17	2,90	2,57	2,11	1,74	1,33	0,863	0,689	0,534	0,257	0,128
18	2,88	2,55	2,10	1,73	1,33	0,862	0,688	0,534	0,257	0,127
19	2,86	2,54	2,09	1,73	1,33	0,861	0,688	0,533	0,257	0,127
20	2,84	2,53	2,09	1,72	1,32	0,860	0,687	0,533	0,257	0,127
21	2,83	2,52	2,08	1,72	1,32	0,859	0,686	0,532	0,257	0,127
22	2,82	2,51	2,07	1,72	1,32	0,858	0,686	0,532	0,256	0,127
23	2,81	2,50	2,07	1,71	1,32	0,858	0,685	0,532	0,256	0,127
24	2,80	2,49	2,06	1,71	1,32	0,857	0,685	0,531	0,256	0,127
25	2,79	2,48	2,06	1,71	1,32	0,856	0,684	0,531	0,256	0,127
26	2,78	2,48	2,06	1,71	1,32	0,856	0,684	0,531	0,256	0,127
27	2,77	2,47	2,05	1,70	1,31	0,855	0,684	0,531	0,256	0,127
28	2,76	2,47	2,05	1,70	1,31	0,855	0,683	0,530	0,256	0,127
29	2,76	2,46	2,04	1,70	1,31	0,854	0,683	0,530	0,256	0,127
30	2,75	2,46	2,04	1,70	1,31	0,854	0,683	0,530	0,256	0,127
40	2,70	2,42	2,02	1,68	1,30	0,851	0,681	0,529	0,255	0,126
60	2,66	2,39	2,00	1,67	1,30	0,848	0,679	0,527	0,254	0,126
120	2,62	2,36	1,98	1,66	1,29	0,845	0,677	0,526	0,254	0,126
∞	2,58	2,33	1,96	1,645	1,28	0,842	0,674	0,534	0,253	0,126

Sumber: Metoda Statistika, DR.Sudjana, M.A.,M.Sc., Tarsito, Bandung, 1982