

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) dan diajukan pada Jurusan Ekonomi Syariah Sultan Maulana Hasanuddin Banten ini sepenuhnya asli merupakan hasil karya tulis ilmiah saya pribadi.

Adapun tulisan maupun pendapat orang lain yang terdapat dalam skripsi ini telah saya sebutkan kutipan secara jelas sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku di bidang penulisan karya ilmiah.

Apabila kemudian hari terbukti bahwa sebagian atau seluruh isi skripsi ini merupakan hasil perbuatan plagiarisme atau mencontek karya tulis orang lain. Saya bersedia untuk menerima sanksi berupa pencabutan gelar kesarjanaan yang saya terima. Atau sanksi akademik lain sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Serang, 28 Desember 2023

Fathia Vieda Haliza
NIM: 171410053

ABSTRAK

Nama: Fathia Vieda Haliza, Nim: 171410053, Judul Skripsi: *Analisis Perbandingan Minat Beli Konsumen Produk Mie Instan Merek Indomie Dan Mie Sedaap (Studi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten Angkatan 2017).*

Masyarakat dewasa ini sangat disibukkan dengan berbagai aktifitas sehingga manusia menginginkan segala aktifitasnya bisa dikerjakan dengan mengefisienkan waktu yang ada, termasuk dengan urusan makanan, manusia khususnya mahasiswa yang sibuk belajar dan berkegiatan di kampus cenderung memilih makanan yang praktis, enak, dan tanpa waktu masak yang lama seperti mie instan. Mie instan di Indonesia saat ini banyak ditemukan dengan berbagai merek dan rasa. Beberapa diantaranya yang terlaris seperti Indomie dan Mie Sedaap. Penulis mengambil rumusan masalah yaitu apakah terdapat perbedaan minat beli konsumen terhadap Indomie dan Mie Sedaap.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbandingan minat beli konsumen terhadap dua merek mie instan yaitu Indomie dan Mie Sedaap. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, data diperoleh melalui penyebaran angket atau kuesioner dengan populasi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah UIN SMH Banten Angkatan 2017 dan sampel masing-masing variabel 70 responden. Sampel diambil dengan teknik *accidental sampling*. Metode yang digunakan untuk menganalisis pada penelitian ini adalah analisis uji beda, analisis data menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas, serta menggunakan *Independent Sample T-Test* untuk uji hipotesisnya.

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan, hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan *Independent Sample T-Test* menunjukkan bahwa nilai diketahui nilai sig. (2-tailed) sebesar $0,000 < 0,05$, maka sesuai dari kriteria pengambilan keputusan dalam *Independent Sample T-Test* dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti terdapat perbedaan minat beli konsumen pada merek Indomie dan Mie Sedaap.

Kata Kunci : Minat Beli, Konsumen, Mie Instan.



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN MAULANA HASANUDDIN BANTEN**

Jendral Sudirman No. 30 Serang 42118 Telp. (0254) 2003323 Fax. (0254) 200022

Nomor : Nota Dinas
Lampiran : 1 (satu) eksemplar
Hal : **Usulan Munaqasyah
a.n. Fathia Vieda
Haliza
NIM. 171410053**

Kepada Yth
Dekan Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam
UIN SMH Banten

di -
Serang

Assalamuálaikum Wr. Wb.

Dipermaklumkan dengan hormat bahwa setelah membaca dan mengadakan koreksi seperlunya, maka kami berpendapat bahwa Skripsi atas nama **Fathia Vieda Haliza, NIM. 171410053** dengan judul Skripsi “**ANALISIS PERBANDINGAN MINAT BELI KONSUMEN PRODUK MIE INSTAN MEREK INDOMIE DAN MIE SEDAAP (Studi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten Angkatan 2017)**” diajukan sebagai salah satu syarat untuk melengkapi Ujian Munaqasyah pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Maka kami ajukan skripsi ini dengan harapan dapat segera di munaqasyahkan.

Demikian, atas perhatian Ibu, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamuálaikum Wr. Wb.

Serang, 28 Desember_2023

Pembimbing I

Aan Ansori, M.Kom., M.M.
NIP. 19731015 200701 1 027

Pembimbing II

Irmatul Hasanah, M.Si.
NIP. 19910830 201903 2 021

PERSETUJUAN
ANALISIS PERBANDINGAN MINAT BELI KONSUMEN
PRODUK MIE INSTAN MEREK INDOMIE DAN MIE SEDAAP
(Studi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah UIN Sultan Maulana
Hasanuddin Banten Angkatan 2017)

Oleh:

FATHIA VIEDA HALIZA
NIM: 17141005

Menyetujui,

Pembimbing I



Aan Ansori, M.Kom., M.M.
NIP. 19731015 200701 1 027

Pembimbing II



Irmatul Hasanah, M.Si.
NIP. 19910830 201903 2 021

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam



Prof. Dr. Hj. Nihayatul Masykuroh, M.Si.
NIP. 19640212 199103 2 003

Ketua Jurusan
Ekonomi Syariah



Hj. Mukhlisatul Jannah, M.M., M.Ak.
NIP. 19740822 200501 2 003

PENGESAHAN

Skripsi a.n. Fathia Vieda Haliza NIM 171410053 yang berjudul: **“ANALISIS PERBANDINGAN MINAT BELI KONSUMEN PRODUK MIE INSTAN MEREK INDOMIE DAN MIE SEDAAP (Studi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten Angkatan 2017)”**, telah diujikan dalam sidang Munaqasyah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten Pada Tanggal 30 Januari 2024, skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syari’ah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

Serang, 30 Januari 2024

Sidang Munaqasyah

Ketua Merangkap Anggota



Prof. Dr. Itang, M. Ag.
NIP. 19710804 199803 1 003

Sekretaris Merangkap Anggota



Denara Akmal, M.Acc.
NIP. 19950804 202203 2 002


Anggota-Anggota

Penguji I



Dr. Wazin, M.Si.
NIP. 19630225 199003 1 005

Penguji II



Ratu Humaemah, S.Hum., M.Si.
NIP. 19800310 201101 2 008

Pembimbing I



Aan Ansori, M.Kom., M.M.
NIP. 19731015 200701 1 027

Pembimbing II



Irmatul Hasanah, M.Si.
NIP. 19910830 201903 2 021

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan dan saya dedikasikan kepada para pendukung nomor satu saya yaitu Elly Eviliana (Ibunda), Idang Mulyana (Ayahanda) dan seluruh keluarga besar H. Ali Andjoyo (alm), terimakasih banyak sudah tidak henti-hentinya mendukung saya dengan berbagai cara supaya bisa menyelesaikan karya tulis ini dengan penuh doa dan dukungan mental serta materil kepada saya. Semoga Allah SWT Senantiasa memberikan umur yang panjang, kesehatan, rezeki berlimpah dan kebahagiaan di hati ibu dan ayah selalu. Amin.

MOTTO

الَّذِينَ يَسْتَمِعُونَ الْقَوْلَ فَيَتَّبِعُونَ أَحْسَنَهُ أُولَئِكَ الَّذِينَ هَدَاهُمُ اللَّهُ
وَأُولَئِكَ هُمُ أُولُوا الْأَلْبَابِ ﴿١٨﴾

Artinya : Yang mendengarkan Perkataan lalu mengikuti apa yang paling baik di antaranya, mereka Itulah orang-orang yang telah diberi Allah petunjuk dan mereka Itulah orang-orang yang mempunyai akal.

(Q.S Az Zumar : 18)

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Fathia Vieda Haliza, Jenis Kelamin Perempuan, Lahir di Pandeglang, pada tanggal 07 Februari 1999, penulis merupakan anak semata wayang dari pasangan Elly Eviliana (ibu) dan Idang Mulyana (ayah).

Pendidikan yang sudah penulis tempuh yaitu Sekolah Dasar (SD) Negeri Karaton 1 lulus pada tahun 2011, Sekolah Menengah Pertama Negeri (SMPN) 1 Panimbang pada Tahun 2011 – 2014, Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 3 Pandeglang Tahun 2014 – 2017, kemudian penulis melanjutkan Studi di Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Maulana Hasanuddin Banten tahun 2017 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah.

Penulis mempunyai pengalaman sebagai anggota UKM Kopma Al-Hikmah UIN SMH Banten di tahun 2017-2018 dan sekarang aktif di dalam kegiatan remaja masjid di tempat penulis tinggal.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga skripsi dengan judul “Analisis Perbandingan Minat Beli Konsumen Terhadap Produk Mie Instan Merek Indomie Dan Mie Sedaap (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten Angkatan 2017) dapat terselesaikan dan disusun dengan baik. Sholawat dan salam selalu tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabat dan umatnya hingga *yaumul akhir*.

Skripsi ini terselesaikan berkat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, Oleh karena itu, dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan ucapkan terima kasih setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. KH. Wawan Wahyudin, M.Pd., Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
2. Ibu Dr. Hj. Nihayatul Masykuroh, M.SI, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnin Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
3. Ibu Hj. Mukhlisatul Jannah, M. M, M. Ak , Ketua Jurusan Ekonomi Syariah UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten,
4. Bapak Aan Ansori, M.Kom. M.M., selaku pembimbing I dan Ibu

Irmatul Hasanah, M.Si selaku pembimbing II, yang telah banyak memberi arahan, motivasi, koreksi, perbaikan di dalam penulisan skripsi ini

5. Ibu Elly Eviliana dan ayah Idang Mulyana tercinta, penulis ucapkan syukur *Alhamdulillah jazakumullahu khoiro* dan terimakasih banyak atas do'a, semangat, kasih sayang, pengorbanan dan ketulusannya dalam mendampingi penulis sejak lahir hingga sekarang. Mohon maaf apabila sering banyak salah dan belum bisa membahagiakan ibu dan ayah selama ini, semoga Allah SWT selalu memberikan umur yang panjang, rezeki, kesehatan dan kebahagiaan yang banyak dan barokah.
6. Bapak Dr. Wazin, M.S.I., selaku penguji I dan Ibu Ratu Humaemah, S.Hum., M.Si., selaku penguji II atas kesabarannya dalam menguji dan turut membantu dan memberi masukan terhadap penyempurnaan skripsi ini.
7. Bapak/Ibu seluruh dosen, staff dan pegawai di UIN Sultan Maulana Hasannudin Banten dan khususnya para Bapak/Ibu dosen, staff dan Pegawai di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung selama perkuliahan dan dalam proses penulisan skripsi ini.
8. Kepada Keluarga besar H. Ali Andjoyo, mulai dari para uwa-uwa, bibi-bibi, om-om, dan tante serta para sepupu dan keponakan,

penulis ucapkan Alhamdulillah jazakumullahu khoiro dan terimakasih atas bantuannya dalam bentuk moril dan materil yang sangat membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi.

9. Kepada rekan penulis, serta kawan-kawan dari keluarga Zozoronk (Ekonomi Syariah B Angkatan 2017) tercinta yang selalu memberikan dukungan dan bantuan dalam proses penyusunan skripsi ini.
10. Pihak lain yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu yang telah terlibat dan membantu sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Semoga kebaikan mereka mendapatkan pahala dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Penulis berharap skripsi ini bermanfaat bagi peneliti dan pihak-pihak terkait. Amin.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Serang, 28 Desember 2023

Penulis,

Fathia Vieda Haliza

NIM: 171410053

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	i
ABSTRAK.....	ii
NOTA DINAS	iii
PERSETUJUAN	iv
PENGESAHAN	v
PERSEMBAHAN	vi
MOTTO.....	vii
RIWAYAT HIDUP.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Batasan Masalah	9
D. Perumusan Masalah.....	10
E. Tujuan Penelitian.....	10
F. Manfaat/Signifikansi Penelitian	10
G. Penelitian Terdahulu yang Relevan	11
H. Kerangka Pemikiran	16
I. Hipotesis	17
J. Sistematika Pembahasan.....	17
BAB II LANDASAN TEORI.....	20
A. Pemasaran (Marketing).....	20
B. Manajemen Pemasaran	23

C. Minat beli.....	28
D. Konsumen.....	33
BAB III METODE PENELITIAN.....	40
A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	40
B. Populasi dan Sampel.....	40
C. Jenis Penelitian dan Sumber Data	42
D. Teknik Pengumpulan Data	43
E. Teknik Analisis Data	46
F. Operasional Variabel Penelitian	52
BAB IV HASIL PENELITIAN	54
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	54
1. PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (Indomie)	54
2. PT. Wings Surya (Mie Sedaap)	58
B. Analisis Data.....	60
1. Hasil Pengisian Kuesioner	60
2. Uji Instrumen	65
3. Uji Normalitas.....	69
4. Uji Homogenitas	71
5. Uji Hipotesis	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	75
A. Kesimpulan.....	75
B. Saran	75
C. Penutup.....	77
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN	81

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Uang Saku Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten Angkatan 2017 Perbulan	2
Tabel 1.2 Konsumsi Mie Instan di Indonesia 2015-2020.....	3
Tabel 1.3 Brand TBI (Top Brand Index) Fase 1 2021.....	4
Tabel 1.4 Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	12
Tabel 3.1 Rekapitulasi Jumlah Mahasiswa FEBI.....	40
Tabel 3.2 Skala Likert	45
Tabel 3.3 Kisi-Kisi Kuesioner Minat Beli Indomie	45
Tabel 3.4 Kisi-Kisi Kuesioner Minat Beli Mie Sedaap.....	45
Tabel 3.5 Operasional Variabel Penelitian.....	52
Tabel 4.1 Hasil Kuesioner Minat Beli Pada Merek Indomie (X_1).....	61
Tabel 4.2 Hasil Kuesioner Minat Beli Pada Merek Mie Sedaap (X_2).....	63
Tabel 4.3 Uji Validitas Variabel Minat Beli Indomie (X_1)	65
Tabel 4.4 Uji Validitas Variabel Minat Beli Mie Sedaap (X_2).....	66
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas Variabel Minat Beli Indomie (X_1).....	68
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas Variabel Minat Beli Mie Sedaap (X_2).....	68
Tabel 4.7 Uji Normalitas Pada Variabel Minat Beli Indomie (X_1)	70
Tabel 4.8 Uji Normalitas Pada Variabel Minat Beli Mie Sedaap (X_2)....	71
Tabel 4.9 Uji Homogenitas.....	72
Tabel 4.10 Uji Independent Sample T Test.....	74