

Abstrak

Iis Niaeni (1148020140): **“Pengaruh Harga Dan Merek Terhadap keputusan Pembelian Mie Instan Indomie”**.

Berbagai merek mie instan beredar luas di pasaran, ini mengakibatkan konsumen untuk memilih berbagai pilihan dari berbagai macam produk mie instan yang ada di pasaran yang akan di konsumsi oleh konsumen. Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi pengusaha di bidang makanan cepat saji atau instan khususnya dibidang mie instan untuk menarik minat konsumen untuk membeli mie instan yang di produksi oleh perusahaan tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Harga Dan Merek Terhadap Keputusan pembelian. Dimana variabel independenya yaitu Harga dan Merek. Sedangkan untuk variabel dependennya yaitu Keputusan pembelian.

Keputusan pembelian merupakan salah satu proses keputusan pembelian dimana pada akhirnya konsumen membeli suatu produk, harga dapat didefinisikan secara sempit sebagai jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa,) merek adalah “Nama, Istilah lambang, desain atau kombinasinya yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari salah satu penjual atau kelompok penjual dan mengidentifikasikannya mereka dari pesaing

Penelitian ini dilakukan di kalangan Mahasiswa Manajemen. Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan kuesioner yang diisi oleh responden yaitu Mahasiswa Manajemen. Dalam penelitian ini pengambilan sampel sebanyak 90 responden. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Harga dan Merek, sedangkan variabel dependen adalah Keputusan Pembelian. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji validitas, uji reliabilitas, statistik deskriptif, uji korelasi, uji t, uji F, dan koefisiensi determinasi (R^2).

Hasil analisis menggunakan regresi linier berganda dapat diketahui bahwa Harga dan Merek berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, yaitu Keputusan Pembelian Mie Instan Indomie. Hasil analisis menggunakan uji t dapat diketahui Harga dan Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan Pembelian Mie Instan Indomie, dengan Harga atau variabel X1 yang memperoleh t_{hitung} sebesar 4,287 pada t_{tabel} dengan derajat kebebasan 87 dan taraf signifikansi 0,005 maka diperoleh t_{tabel} sebesar 1,9876 maka ($4,287 > 1,9876$), dan untuk Merek atau variabel X2 memperoleh t_{hitung} sebesar 5,318 pada t_{tabel} dengan derajat kebebasan 87 dan taraf signifikansi 0,005 maka diperoleh t_{tabel} sebesar 1,9876 maka ($5,318 > 1,9876$). Dan hasil analisis menggunakan uji f dapat diketahui Harga dan Merek berpengaruh signifikan dengan nilai sebesar 0,000 terhadap keputusan pembelian mie instan Indomie. Hasil perhitungan koefisien determinasi menghasilkan R^2 sebesar 0,418 yang berarti bahwa 41,8% keputusan pembelian dapat dipengaruhi langsung maupun tidak langsung dari harga dan merek terhadap keputusan pembelian, sedangkan sisanya 58,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Harga, Merek, Keputusan Pembelian*