

Analisis Faktor Mempengaruhi Keputusan Pembelian Indomie Menggunakan Metode AHP Dan TOPSIS

Oleh : Mohammad Dimas Umar Qianu (221020700018)

Dosen Pembimbing :

Dr. Ir Atikha Sidhi Cahyana ST., MT

Dosen Penguji 1

Indah Apriliana Sari W, ST., MT

Dosen Penguji 2

Dr., Prof. Hana Catur Wahyuni, ST., MT



Pendahuluan

Industri makanan instan di Indonesia mengalami perkembangan yang pesat seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap produk yang praktis dan mudah diperoleh. Indomie menjadi salah satu merek mie instan yang mampu mempertahankan popularitasnya di tengah persaingan produk. Oleh karena itu, perusahaan perlu memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Rumusan Masalah



Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor yang paling memengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk Indomie, serta bagaimana penerapan metode AHP dan TOPSIS dalam menentukan prioritas faktor keputusan pembelian konsumen?

Tujuan Penelitian



- A. Menganalisis faktor keputusan pembelian konsumen terhadap produk Indomie.
- B. Menentukan faktor yang paling dominan menggunakan metode AHP dan TOPSIS.
- C. Memberikan rekomendasi berdasarkan hasil penelitian untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Pasuruan dengan melibatkan 80 responden masyarakat yang pernah mengonsumsi produk Indomie. dengan pengumpulan data melalui kuesioner Google Form. Variabel yang digunakan dalam penelitian meliputi harga, rasa, kepraktisan, dan promosi.

Variabel Penelitian

❖ Harga (X1)

- Keterjangkauan
- Kesesuaian harga dengan kualitas
- Daya saing
- Kesesuaian harga dengan manfaat

❖ Kepraktisan (X3)

- Ketersediaan produk
- Efisiensi waktu
- Kemudahan penyimpanan
- Kemudahan dibawa

❖ Rasa (X2)

- Kelezatan
- Kesesuaian selera
- Konsistensi rasa
- Keunikan rasa

❖ Promosi (X4)

- Iklan
- Diskon
- Media sosial
- Daya tarik promosi

Metode

❖ AHP

Metode AHP digunakan untuk menentukan bobot setiap kriteria secara objektif melalui perbandingan berpasangan.

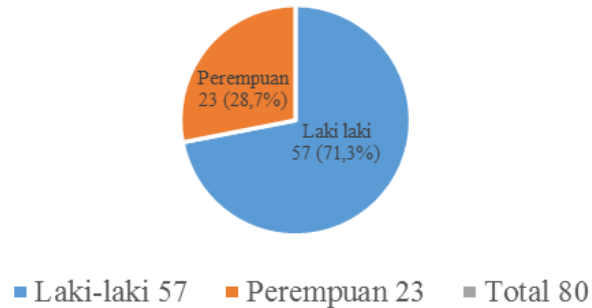
❖ TOPSIS

metode TOPSIS digunakan untuk menentukan faktor terbaik berdasarkan kedekatan dengan solusi ideal positif dan jarak dari solusi ideal negatif.

Hasil dan Pembahasan

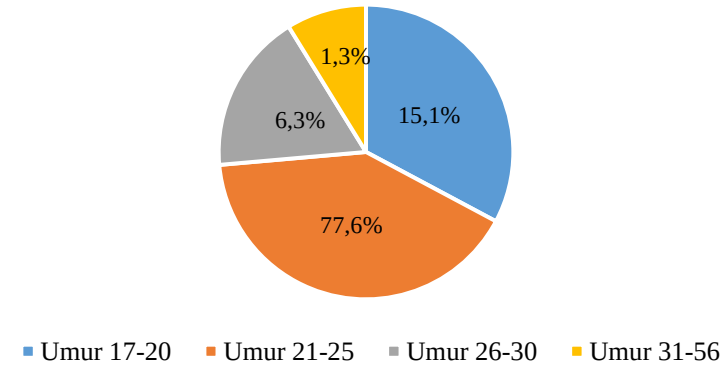
❖ Responden Karakteristik

Grafik karakteristik Jenis Kelamin Responden



Berdasarkan jenis kelamin, responden laki-laki berjumlah 57 orang sedangkan responden perempuan berjumlah 23 orang. Dengan demikian, mayoritas responden dalam penelitian ini didominasi oleh laki-laki.

Grafik karakteristik Umur Responden



mayoritas responden berada pada rentang usia 20-25 tahun yaitu sebanyak 62 orang Hal ini menunjukan bahwa produk indomie banyak dikonsumsi oleh kalangan usia muda, khususnya mahasiswa atau usia produktif

❖ Alternatif setiap kriteria

Alternatif	Kriteria			
	X1	X2	X3	X4
Total	1078	1056	1076	1064

Nilai tertinggi diperoleh harga X1, sedangkan nilai terendah diperoleh rasa X2, Hasil ini menjadi dasar untuk perhitungan selanjutnya dalam menentukan alternatif terbaik.

❖ Ternormalisasi Terbobot

Alternatif	Kriteria			
	X1	X2	X3	X4
	1078	1056	1076	1064
Total	269,5	264,0	269,0	266,0

Nilai tertinggi diperoleh harga X1, Sedangkan nilai terendah rasa X2. Hasil pembobotan ini menunjukkan bahwa harga X1 merupakan alternatif terbaik

❖ Solusi ideal

Kriteria	Solusi Ideal	Max A+	Min-
X1	269,5	269,5	264,0
X2	264,0		
X3	269,0		
X4	266,0		

Nilai MAX+ menunjukkan kondisi terbaik yang menjadi acuan solusi ideal positif, sedangkan nilai MIN- menunjukkan kondisi terendah yang menjadi acuan solusi ideal negatif.

❖ Hasil perangkian

Alternatif	D+	D-	Pereferensi	Rangking
X1	0,00	5,50	1,0000	1
X3	0,50	5,00	0,9090	2
X4	3,50	2,00	0,3640	3
X2	5,00	0,00	0,0000	4

berdasarkan nilai preferensi. Alternatif X1 harga menempati peringkat pertama, diikuti alternatif X3 kepraktisan pada peringkat kedua, Alternatif X4 promosi pada peringkat ketiga, dan Alternatif X2 rasa pada peringkat keempat, X1 harga merupakan alternatif terbaik dari seluruh alternatif yang dinilai.

❖ Pembahasan

Harga menjadi faktor paling dominan dalam keputusan pembelian produk Indomie karena dianggap terjangkau dan sesuai dengan kualitas produk, diikuti oleh kepraktisan yang memudahkan konsumen dalam penyajian, sedangkan rasa tetap menjadi pertimbangan meskipun pengaruhnya masih di bawah harga dan kepraktisan, serta promosi memiliki pengaruh paling rendah karena Indomie sudah dikenal luas oleh masyarakat.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, harga menjadi faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian produk Indomie. Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan variabel dan responden yang lebih luas agar hasil penelitian lebih optimal.

TERIMA KASIH

