

**SKRIPSI**  
**SIKAP KONSUMEN TERHADAP MI INSTAN LEMONILO**  
**PADA MAHASISWA FAKULTAS PERTANIAN**  
**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT**



**Halimatus Sakdiah**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS**  
**FAKULTAS PERTANIAN**  
**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT**  
**BANJARBARU**  
**2024**

**SIKAP KONSUMEN TERHADAP MI INSTAN LEMONILO  
PADA MAHASISWA FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT**

Oleh

Halimatus Sakdiah  
1810514120011

Skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh  
gelar Sarjana Pertanian pada  
Fakultas Pertanian Universitas Lambung Mangkurat

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
BANJARBARU  
2024**

## RINGKASAN

**Halimatus Sakdiah.** Sikap Konsumen Terhadap Mi Instan Lemonilo Pada Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Lambung Mangkurat, dibimbing oleh Kamiliah Wilda dan Muzdalifah.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sikap konsumen terhadap Mi Instan Lemonilo, dilakukan pada mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Lambung Mangkurat. Penelitian dilaksanakan dari bulan Juni sampai dengan bulan November 2024.

Metode penarikan contoh yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan persyaratan sampel yaitu responden yang pernah membeli dan mengkonsumsi minimal satu kali produk Mi Instan Lemonilo serta bersedia menjadi responden. Jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus dari Taro Yamane dan didapatkan jumlah sampel sebanyak 100 orang responden. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan wawancara langsung kepada responden. Teknik analisis data menggunakan analisis multiatribut Fishbein. Atribut yang digunakan adalah rasa, tekstur, kemasan, harga, dan iklan.

Karakteristik responden pada penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas responden dari program studi Agribisnis (30%), berjenis kelamin perempuan (91%), berumur kisaran 18 tahun sampai 19 tahun (42%), dan uang saku kisaran Rp500.000 sampai Rp1.000.000 (58%).

Hasil dari penelitian sikap konsumen ( $A_0$ ) terhadap Mi Instan Lemonilo menggunakan multiatribut Fishbein yang mana akan diukur lebih dulu nilai komponen keyakinan atau kepercayaan ( $b_i$ ) dan evaluasi atau kepentingan ( $e_i$ ), menunjukkan bahwa untuk nilai keyakinan atau kepercayaan, atribut yang mendapat nilai tertinggi adalah kemasan dan terendah adalah harga. Menunjukkan bahwa konsumen memiliki keyakinan yang tinggi bahwa kemasan Mi Instan Lemonilo mendukung kualitas produk dan memberikan daya tarik visual yang kuat dan harga menjadi atribut yang kurang dalam meyakinkan konsumen untuk membuat mereka membeli produk Mi Instan Lemonilo diantara atribut yang lain. Pada nilai evaluasi atau kepentingan, atribut tertinggi adalah iklan dan terendah

adalah harga, yang artinya bahwa iklan penting bagi konsumen dalam pertimbangan keputusan pembelian Mi Instan Lemonilo. Sedangkan atribut harga dibandingkan atribut lain bukan menjadi aspek utama bagi konsumen dalam keputusan pembelian, namun ini tidak berarti harga tidak penting sama sekali, melainkan harga hanya relatif kurang dibandingkan atribut yang lain.

Nilai sikap konsumen ( $A_o$ ) dari komponen keyakinan atau kepercayaan ( $b_i$ ) dan evaluasi atau kepentingan ( $e_i$ ) terhadap atribut-atribut Mi Instan Lemonilo menunjukkan bahwa secara berturut-turut dari nilai tertinggi sampai terendah adalah kemasan, rasa, iklan, tekstur, dan harga. Dimana atribut kemasan memiliki nilai sikap konsumen ( $A_o$ ) tertinggi dan harga adalah atribut dengan nilai sikap konsumen ( $A_o$ ) terendah, yang artinya kemasan merupakan atribut yang paling dipertimbangkan konsumen dalam membeli Mi Instan Lemonilo karena dianggap penting dan telah memenuhi harapan mereka. Sedangkan harga menjadi atribut yang paling tidak terlalu berpengaruh dalam keputusan pembelian karena konsumen lebih memprioritaskan atribut yang lain.

**Judul:** Sikap Konsumen Terhadap Mi Instan Lemonilo Pada Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Lambung Mangkurat  
**Nama:** Halimatus Sakdiah  
**NIM:** 1810514120011  
**Program Studi:** Agribisnis

Menyetujui Tim Pembimbing:

Anggota,



Muzdalifah, S.P., M.Sc.  
NIP. 19780616 200501 2 004

Ketua,



Ir. Hj. Kamillah Wilda, M.P.  
NIP. 19640620 198903 2 002

Diketahui oleh:  
Ketua Jurusan  
Sosial Ekonomi Pertanian



Mira Yulianti, S.P., M.Si.  
NIP. 19770714 200212 2 002

Tanggal Lulus: 21 November 2024

# SERTIFIKAT

Nomor : C33/JUN8.1.23/SP/2025

Sertifikat ini diberikan kepada:

**HALIMATUS SAKDIAH**

NIM : 1810514120011

Jurusan : Sosial Ekonomi Pertanian

Fakultas : Pertanian

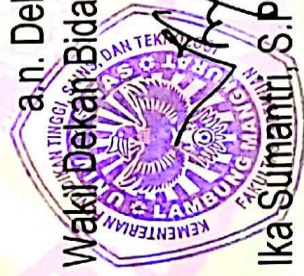
Telah dilakukan pengecekan uji kemiripan Jurnal Tugas Akhir Mahasiswa dengan indeks sebesar:

**8%**

Banjarbaru, 11 Februari 2025

a.n. Dekan

Wakil Dekan Bidang Akademik,



Dr. Ir. Ika Sumantri, S.Pt., M.Si., M.Sc., IPM.

NIP. 197308071998031003

## RIWAYAT HIDUP



Penulis merupakan anak pertama dari dua bersaudara dari pasangan Bapak Ahmad Kusasi dan Ibu Siti Hasanah. Dilahirkan di desa Handil Purai, pada tanggal 23 Januari 2000. Menempuh Pendidikan sekolah dasar (SD) di sekolah SDN Handil Purai 1, lulus pada tahun 2012. Melanjutkan sekolah di SMPN 2 Aluh-Aluh, lulus pada tahun 2015. Kemudian melanjutkan kembali di sekolah menengah atas SMAN 1 Beruntung Baru, lulus pada tahun 2018. Lalu pada tahun yang sama melanjutkan studi pada program studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lambung Mangkurat melalui jalur SNMPTN. Selama berkuliah, penulis pernah menjadi pengurus organisasi IAAS (*International Association of Students in Agriculture and Related Sciences*) departemen project sebagai anggota pada tahun 2019. Penulis juga mengikuti kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) pada tahun 2021 di Kelurahan Sungai Besar, Banjarbaru, Kalimantan Selatan.

Pada bulan November penulis mulai merancang penelitian dengan judul Sikap Konsumen Terhadap Mi Instan Lemonilo Pada Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Lambung Mangkurat. Penelitian dilakukan pada bulan Juni 2024, disusul dengan tahap penulisan hasil skripsi sebagai salah satu syarat menyelesaikan jenjang Pendidikan Strata 1 (S1) pada Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lambung Mangkurat.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas berkat rahmat, hidayah, dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang terlibat dalam penyelesaian penelitian ini sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Orang tua penulis dan adik penulis atas segala do'a, motivasi, perhatian, dan materi yang telah diberikan.
2. Ibu Ir. Hj. Kamiliah Wilda, M.P. selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Muzdalifah, SP., M.Sc selaku Dosen Pembimbing II atas segala bimbingan dan arahan serta motivasi baik secara lisan maupun tertulis, juga atas waktu yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan penelitian ini.
3. Bapak Dr. Ir. H. Sadik Ikhsan, DAD, M.Sc. selaku Dosen Penguji Tamu 1 dan Ibu Rifiana, SP, MP. selaku Dosen Penguji Tamu 2, yang telah memberikan saran, masukan, arahan untuk penyempurnaan penelitian ini.
4. Responden penelitian ini yang telah bersedia meluangkan waktu dalam membantu penulis dalam pengumpulan data.
5. Seluruh teman-teman mahasiswa Agribisnis angkatan 2018 terima kasih atas semangat dan kebersamaannya yang memiliki kesan di hidup penulis.

Banjarbaru, November 2024

Penulis

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
PENDAHULUAN .....	1
Latar Belakang .....	1
Rumusan Masalah .....	5
Tujuan Penelitian.....	6
Kegunaan Penelitian.....	6
TINJAUAN PUSTAKA.....	7
Perilaku Konsumen .....	7
Sikap Konsumen .....	8
Keputusan Pembelian.....	10
Bauran Pemasaran .....	12
Atribut Produk.....	16
Penelitian Terdahulu.....	17
METODE PENELITIAN.....	20
Tempat dan Waktu Penelitian.....	20
Jenis dan Sumber Data.....	20
Metode Penarikan Contoh.....	20
Definisi Operasional.....	22
Analisis Data.....	23
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	28
Gambaran Umum Objek Penelitian .....	28
Karakteristik Responden .....	30
Analisis Sikap Konsumen Terhadap Atribut Mi Lemonilo Menggunakan Analisis Multiatribut Fishbein.....	34

	<b>Halaman</b>
KESIMPULAN DAN SARAN .....	52
Kesimpulan .....	52
Saran .....	53
DAFTAR PUSTAKA .....	54
LAMPIRAN .....	56

## DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
1. Daftar merek mi instan yang paling banyak dikonsumsi.....	2
2. Daftar harga Mi Instan Lemonilo.....	4
3. Ketentuan dan skor keyakinan atau kepercayaan ( $b_i$ ).....	24
4. Kategori nilai sikap konsumen ( $A_o$ ).....	27
5. Jumlah mahasiswa per program studi.....	30
6. Karakteristik program studi responden.....	31
7. Karakteristik jenis kelamin responden.....	32
8. Karakteristik usia responden.....	32
9. Karakteristik uang saku perbulan responden.....	33
10. Nilai keyakinan atau kepercayaan ( $b_i$ ) terhadap atribut Mi Lemonilo..	35
11. Nilai evaluasi atau kepentingan ( $e_i$ ) terhadap atribut Mi Lemonilo.....	40
12. Hasil analisis sikap Multiatribut Fishbein konsumen Mi Lemonilo.....	45

## DAFTAR GAMBAR

<b>Nomor</b>	<b>Halaman</b>
1. Kemasan Mi Instan Lemonilo (Tokopedia, 2024) .....	3
2. Produk-produk Lemonilo (Lemonilo, 2024).....	28
3. Kemasan Mi Lemonilo dan mie instan lainnya (Tokopedia, 2024).....	46
4. Iklan Mi Lemonilo (Lemonilo,2024).....	49
5. Bentuk mi dari Mi Instan Lemonilo (Lemonilo, 2024) .....	50

## DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Halaman
1. Data karakteristik Responden Mi Instan Lemonilo.....	57
2. Data nilai kepercayaan dan kepentingan konsumen Mi Lemonilo .....	62
3. Data hasil nilai keyakinan (b <sub>i</sub> ).....	67
4. Data hasil nilai kepentingan (e <sub>i</sub> ).....	68
5. Data hasil nilai sikap konsumen (A <sub>o</sub> ).....	79
6. Dokumentasi .....	70