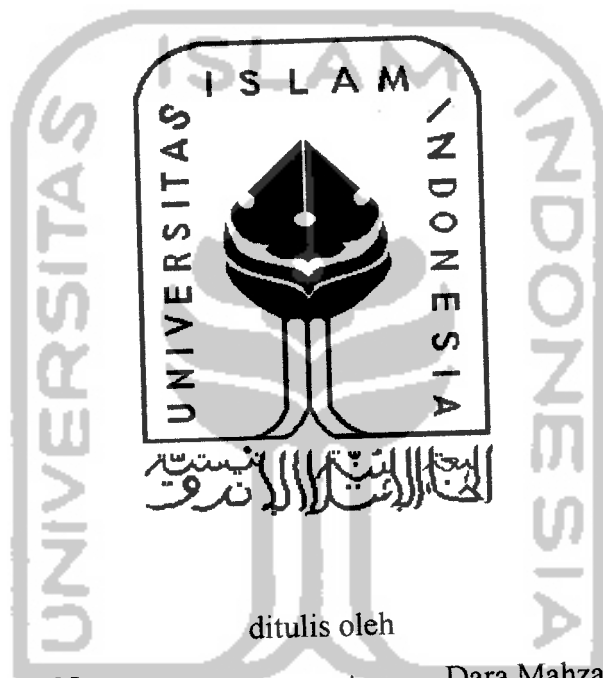


Analisis Perbedaan Sikap Konsumen terhadap Atribut *Marketing Mix* pada  
Produk Makanan Mie Instan Merk Mie Sedaap dan Indomie  
(Studi Kasus pada Mahasiswa FE-UII Yogyakarta)

**SKRIPSI**



ditulis oleh

Nama : Dara Mahzarena  
Nomor Mahasiswa : 02311408  
Program Studi : Manajemen  
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**  
**FAKULTAS EKONOMI**  
**YOGYAKARTA**  
**2006**

Analisis Perbedaan Sikap Konsumen terhadap Atribut *Marketing Mix* pada  
Produk Makanan Mie Instan Merk Mie Sedaap dan Indomie  
(Studi Kasus pada Mahasiswa FE-UII Yogyakarta)

**SKRIPSI**

ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna  
memperoleh gelar Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen,  
Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia



oleh

Nama : Dara Mahzarena  
Nomor Mahasiswa : 02311408  
Program Studi : Manajemen  
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**  
**FAKULTAS EKONOMI**  
**YOGYAKARTA**  
**2006**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta,

Penulis,



Dara Mahzarena

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan rasa syukur yang tak terhingga penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayat dan inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Analisis Perbedaan Sikap Konsumen terhadap Atribut *Marketing Mix* pada Produk Makanan Mie Instan Merk Mie Sedaap dan Indomie”.

Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar sarjana strata-1 pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Islam Indonesia.

Skripsi merupakan penelitian yang membahas tentang perbedaan penilaian konsumen terhadap atribut *marketing mix* yang meliputi produk, harga, promosi dan distribusi pada produk makanan mie instan merk Mie Sedaap dan Indomie. Dalam penelitian ini komponen penilaian konsumen yang dijadikan objek penelitian yaitu komponen keyakinan/kepercayaan (*bi*) konsumen, evaluasi (*ei*) konsumen dan sikap (*Ao*) konsumen terhadap atribut *marketing mix* pada produk makanan mie instan merk Mie Sedaap dan Indomie.

Dalam penulisan skripsi ini penulis telah berusaha semaksimal mungkin untuk memberikan hasil yang terbaik. Namun, penulis juga menyadari sepenuhnya bahwa penulis mempunyai keterbatasan kemampuan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis sadar bahwa tanpa adanya bimbingan, dukungan dan bantuan baik secara moril maupun materiil dari berbagai pihak, maka mustahil skripsi ini dapat

terselesaikan. Maka, dalam kesempatan ini penulis menghaturkan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Asmai Ishak, Drs.,M.Bus.,Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan dalam penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Budi Astuti, Dra., Hj., M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah sabar memberikan bimbingan dan arahan sehingga penyusunan skripsi ini terselesaikan.
3. Ibu Sri Mulyati, Dra., M.Si. selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing kuliah.
4. Orangtuaku, "Ayah" Mahdi Jakfar dan "Mama" Farina Sastrawati, yang telah melahirkan, membesarkan dan memberikan kasih sayangnya yang tulus kepada ananda serta membimbing dan mendidik ananda dalam iman Islam.
5. "@yanx Chussei" Thanks 4 all U gave 2 me, U r ma soulmate & thanks 4 being Ma "Majnun", May God grant our pray... U r d best I ever had.....
6. Anak2 "Ringin Raya 123" (Ma lovely friends)... Engking, Chubby, Yani, Rima, Mba' Dina, Emar, Sinyo, Bi' Nur, Mpo Atieh...
7. Anak2 Genk (Piggy) Rio, Arif, Yosa, Zulfan, Radith, Angga "elek"& Edo.....I love you all..
8. Ma beloved bro' (Badi) and sis' (Pei)... May God bless U, thanks for Ur support and kindness.
9. Bang Qi2, thanks udah nemuin Ademu sama soulmate-na hehe... :P

10. Sahabat SMUku yang paling baik sedunia...Mba' Riezka...thanks 4 ur experiences U gave to me .. U r ma wise teacher...

11. Semua pihak yang telah membantu yang tidak dapat disebutkan satu persatu, atas bantuan dan dukungannya.

Semoga Allah SWT membalas budi baik ini, akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini akan memberikan manfaat dan berguna bagi pihak-pihak lain yang bekepentingan dan memerlukannya serta bagi penulis sendiri.

Yogyakarta, April 2006

Penulis

Dara Mahzarena



**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI**

**SKRIPSI BERJUDUL**

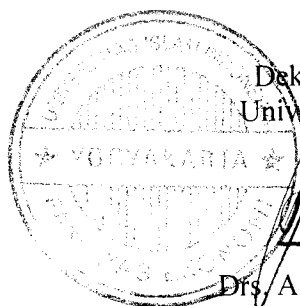
**Analisis Perbedaan Sikap Konsumen Terhadap Atribut Marketing  
Mix Pada Produk Makanan Mie Instan Merk Mie Sedaap Dan  
Indomie**

Disusun Oleh: DARA MAHZARENA  
Nomor mahasiswa: 02311408

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan LULUS  
Pada tanggal : 14 Juni 2006

Penguji/Pemb. Skripsi: Dra. Budi Astuti, M.Si

Penguji : Drs. Murwanto Sigit, MBA



Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Islam Indonesia

Drs. Asmai Ishak, M.Bus, Ph.D

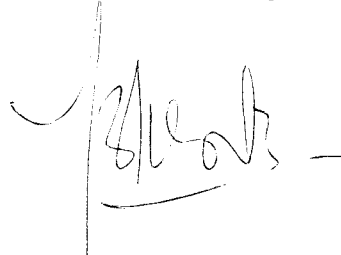
Analisis Perbedaan Sikap Konsumen terhadap Atribut *Marketing Mix* pada  
Produk Makanan Mie Instan Merk Mie Sedaap dan Merk Indomie  
(Studi Kasus pada Mahasiswa FE-UII Yogyakarta)

Nama : Dara Mahzarena  
Nomor Mahasiswa : 02311408  
Program Studi : Manajemen  
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

Yogyakarta, 20 April 2006

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,



Budi Astuti, Dra, Hj, M.Si.