

**ANALISIS PENGARUH PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE GACOAN DI KOTA MALANG**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian Strata
(S1) pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Peternakan Universitas
Muhammadiyah Malang



A. GAFUR

201910210311032

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN-PETERNAKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
TAHUN 2024**

HALAMAN PERSETUJUAN

**ANALISIS PENGARUH PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE GACOAN DI KOTA MALANG**

OLEH:

A. GAFUR

NIM: 201910210311032

Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama

Malang, 19 Juni 2024


Dr. Ir. Bambang Yudi Ariadi, M.M

NIP: 10589090106

Pembimbing Pendamping

Malang, 19 Juni 2024

u.u

Nur Ocvanny Amir, S.P., M.P.


NIP: 10517080608

Malang, 19 Juni 2024


Menyetujui:

An. Dekan
Wakil Dekan I

Ketua Program Studi Agribisnis,


Ir. Henik Sukorini, M.P., Ph.D., IPM.

NIP: 10593110359


Ary Bakhtiar, S.P., M.Si.

NIP: 170801011992

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE GACOAN DI KOTA MALANG**

OLEH:

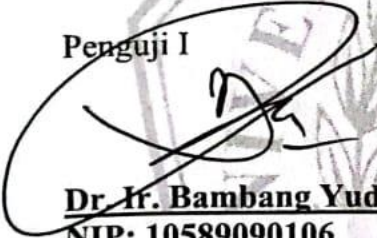
A. GAFUR

NIM: 201910210311032

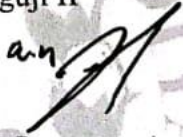
Disusun dan dilaksanakan berdasarkan Surat Keputusan Dekan
Fakultas Pertanian dan Peternakan Universitas Muhammadiyah Malang
Nomor: E.2.b/423/FPP-UMM/V/2024 dan Rekomendasi Komisi Skripsi Fakultas
Pertanian dan Peternakan Universitas Muhammadiyah Malang pada tanggal: 29
Mei 2024 dan keputusan Ujian Skripsi yang dilaksanakan pada tanggal: 19 Juni
2024.

Dewan Penguji:


Penguji I


Dr. Ir. Bambang Yudi Ariadi, M.M.
NIP: 10589090106

Penguji II


Nur Ocvanny Amir, S.P., M.P.
NIP: 10517080608

Penguji III


Yohana Agustina, S.P., M.Sc.
NIP: 190903081992

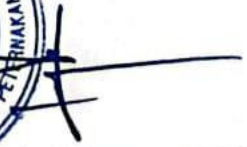
Penguji IV


Fithri Mufriantie, S.P., M.P.
NIP: 20210722071976

Malang, 19 Juni 2024
Mengesahkan:



Dekan Fakultas Pertanian Peternakan


Prof. Dr. Ir. Aris Winaya, M.M., M.Si. IPU. ASEAN Eng
NIP: 196405141990031 002

Ketua Program Studi Agribisnis,


Ary Bakhtiar, S.P., M.Si.
NIP: 170801011992

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : A. GAFUR

NIM : 201910210311032

Program Studi : Agribisnis

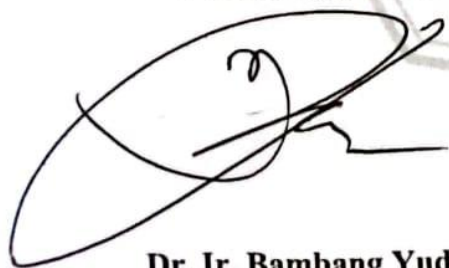
Fakultas : Pertanian Peternakan

Menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul “Analisis Pengaruh Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan Di Kota Malang” adalah bukan hasil karya orang lain sebagian maupun keseluruhan, kecuali dalam bentuk kutipan yang diacu dalam naskah ini telah dituliskan sumbernya dan telah disusun dengan persetujuan dan bimbingan dewan pembimbing.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar saya bersedia mendapatkan sanksi akademik.

Mengetahui
Pembimbing Utama

Malang, 19 Juni 2024
Pembuat Pernyataan



Dr. Ir. Bambang Yudi Ariadi, M.M
NIP: 10589090106



A. GAFUR
NIM: 201910210311032

RIWAYAT HIDUP



Abdul Gafur atau yang akrab disapa Gafur lahir di Kupang, 06 April 1999. Gafur merupakan anak terakhir dari empat bersaudara dari pasangan bapak Faisal dan ibu Sifa. Gafur berkembangsaan Indonesia dan beragama islam serta beralamat di Desa Doromelo, Kecamatan Manggelewa, kabupaten Dompus. Selama hidupnya tercatat mengenyam pendidikan di SDN 1 Manggelewa, SMPN 1 Manggelewa, SMKN 1 Dompus dan pindah sekolah ke SMKN 1 Kempo sebelum akhirnya melanjutkan pendidikan Strata 1 di Universitas Muhammadiyah Malang, Fakultas Pertanian Peternakan, Program Studi Agribisnis. Selama masa kuliah Gafur aktif ikut serta dalam organisasi. Tercatat selama berkuliah di Universitas Muhammadiyah Malang, Gafur memiliki riwayat berorganisasi, diantaranya Staff Muda Himpunan Mahasiswa Jurusan Agribisnis (HMJ Agribisnis/HIMAGRI) periode 2019/2020 dan menjadi Anggota Bidang Infokom Himpunan Mahasiswa Jurusan Agribisnis (HMJ Agribisnis/HIMAGRI) periode 2020/2021.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan berkah atas segala karunia yang diberikan kepada peneliti, sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan Di Kota Malang**”. Sholawat serta salam selalu tucurahkan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW. Beserta keluarga, sahabat dan orang-orang yang mengikuti hingga akhir kelak.

Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Pertanian pada Fakultas Pertanian Peternakan Universitas Muhammadiyah Malang. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Peneliti ingin menyampaikan banyak terimakasih kepada yang terhormat :

1. Allah SWT yang telah memberikan nikmat yang sangat luar biasa berupa Kesehatan sehingga saya dapat menyelesaikan pengerjaan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Ir. Bambang Yudi Ariadi, M.M selaku dosen pembimbing I, atas waktu, nasihat, dan kesabarannya dalam membimbing peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
3. Ibu Nur Ocvanny Amir, S.P., M.P. selaku Dosen Pembimbing II, atas waktu, nasihat, dan kesabarannya dalam membimbing peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Ibu Sifa sebagai ibu saya yang selalu memberikan dukungan dan doa yang tiada hentinya kepada peneliti hingga mampu menyelesaikan skripsi ini.

5. Alfian, Vivi dan Muhammad Kadafi sebagai abang dan kakak saya yang selalu memberi dukungan serta semangat kepada adik bungsunya hingga skripsi ini dapat terselesaikan
6. Aldo dan Shakila serta semua sahabat-sahabat saya yang ada di Malang dan Dompu yang telah memberikan banyak semangat, masukan, doa, motivasi, dan hiburan selama pengerjaan skripsi ini.
7. Semua teman-teman Agribisnis 2019 kelas A yang telah banyak memberikan informasi penting dan dukungan dalam pengerjaan skripsi ini.
8. Terimakasih kepada diri saya sendiri karena sudah mampu bertahan dan mampu membagi waktu dalam menghadapi semua cobaan saat mengerjakan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna yang membutuhkan saran dan kritik dari pembaca agar dapat menjadi lebih baik. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

ABSTRAK

A. Gafur, 201910210311032, Analisis Pengaruh Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan Di Kota Malang. Dibawah bimbingan Dr. Ir Bambang Yudi Ariadi, MM dan Nur Ocvanny Amir, SP., MP

Banyaknya industri makanan dan minuman menyebabkan persaingan antara restoran Mie Gacoan dengan usaha kuliner lainnya semakin ketat. Oleh karena itu, penting bagi restoran Mie Gacoan untuk memahami kebutuhan dan keinginan konsumen agar dapat memenangkan persaingan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh preferensi konsumen terhadap keputusan dengan menggunakan pendekatan analisis *Structural Equation Modelling-Partial Least Square* (SEM-PLS). Responden yang digunakan sebanyak 85 konsumen Mie Gacoan dengan teknik *propotional random sampling* yang dilakukan pada bulan Desember 2023 – Januari 2024. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan *brand image* berpengaruh secara langsung terhadap keputusan pembelian maupun terhadap preferensi konsumen. Kualitas layanan tidak berpengaruh secara langsung terhadap keputusan pembelian tetapi berpengaruh secara langsung terhadap preferensi konsumen. Sementara itu, Kualitas produk, kualitas layanan, dan *brand image* berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui preferensi konsumen sebagai variabel *intervening* serta terdapat hubungan antara preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Mie Gacoan, Preferensi Konsumen, Keputusan Pembelian

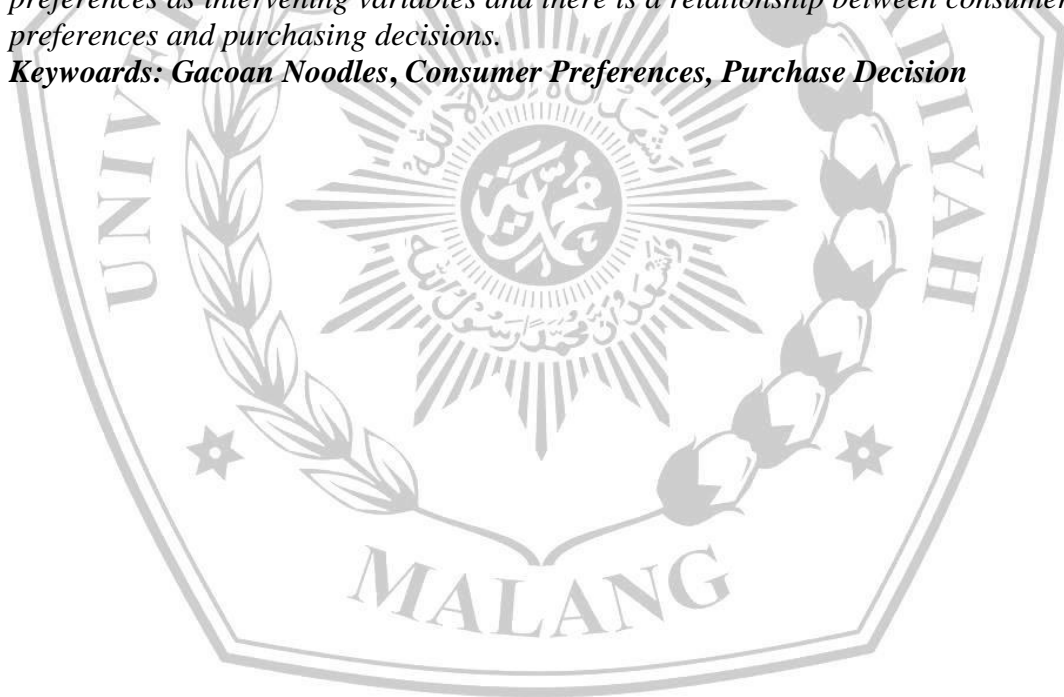


ABSTRACK

A. Gafur, 201910210311032. Analysis of the Influence of Consumer Preferences on Purchasing Decisions for Gacoan Noodles in Malang City. Under the guidance Dr. Ir Bambang Yudi Ariadi, MM and Nur Ocvanny Amir, SP., MP

The number of food and beverage industries causes competition between Gacoan Noodle restaurants and other culinary businesses to be tighter. Therefore, it is important for Gacoan Noodle restaurants to understand the needs and desires of consumers in order to win this competition. This study aims to determine the effect of consumer preferences on decisions using the Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS) analysis approach. Respondents used were 85 consumers of Gacoan Noodles with proportional random sampling technique conducted in December 2023 - January 2024. The results showed that product quality and brand image have a direct effect on purchasing decisions and on consumer preferences. Service quality has no direct effect on purchasing decisions but has a direct effect on consumer preferences. Meanwhile, product quality, service quality, and brand image affect purchasing decisions through consumer preferences as intervening variables and there is a relationship between consumer preferences and purchasing decisions.

Keywords: Gacoan Noodles, Consumer Preferences, Purchase Decision



DAFTAR ISI

Halaman

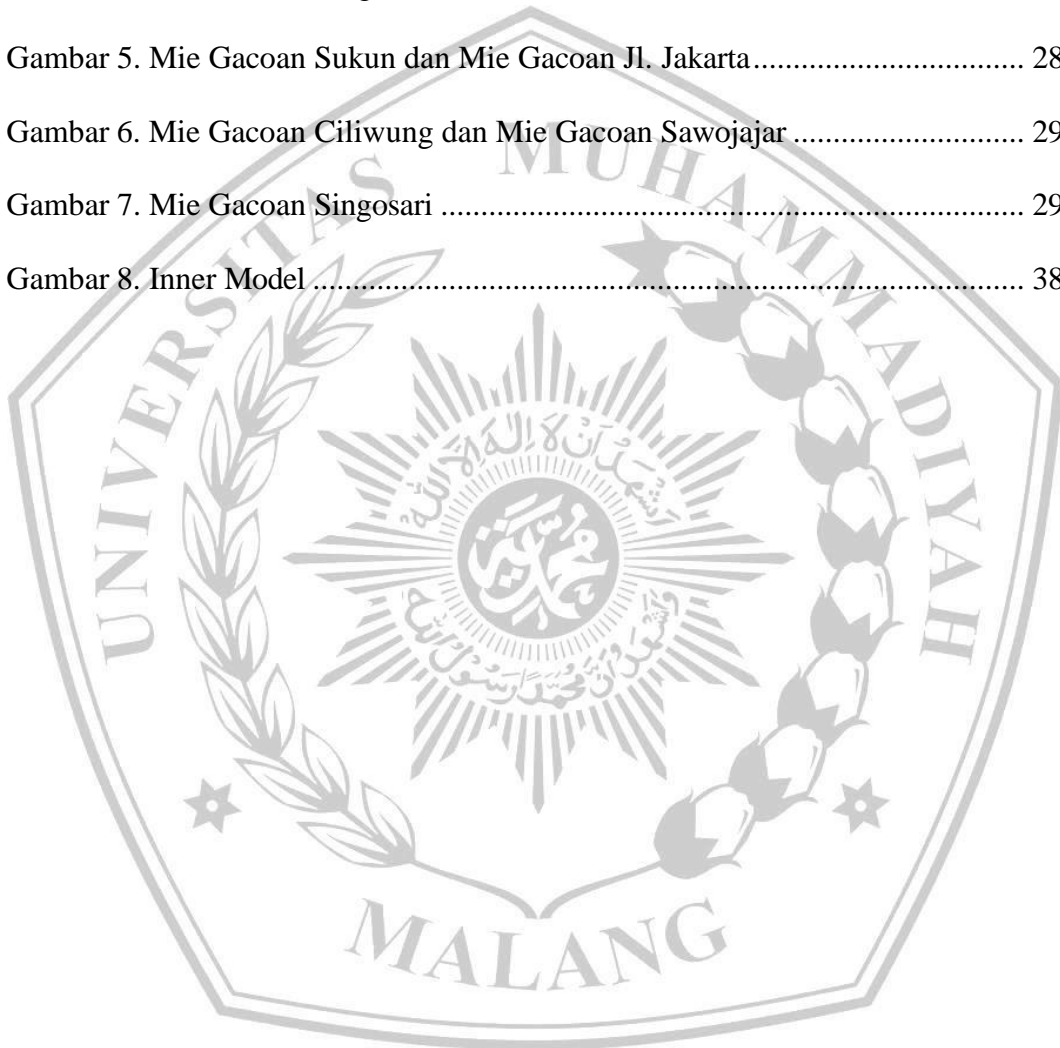
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
RIWAYAT HIDUP	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Definisi Oprasional.....	6
II. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Penelitian Terdahulu.....	7
2.2. Landasan Teori.....	12
2.2.1. Perilaku Konsumen.....	12
2.2.2. Preferensi Konsumen.....	13
2.2.3. Kualitas Produk.....	13
2.2.4. Kualitas Layanan.....	14
2.2.5. Brand Image.....	14
2.2.6. Keputusan Pembelian.....	15
2.3. Kerangka Pemikiran.....	15
2.4. Hipotesis Penelitian.....	16
III. METODE PENELITIAN	17
3.1. Desain Penelitian.....	17
3.2. Jenis Data.....	17
3.3. Waktu Dan Tempat.....	17
3.4. Teknik Penentuan Responden.....	18
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	20
3.6. Metode Analisis Data.....	20
3.6.1. Partial Least Square (PLS).....	21
3.7. Pengukuran Variabel.....	22
IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	25
4.1. Kondisi Umum Lokasi Penelitian.....	25
4.2. Letak Demografis Lokasi Penelitian.....	26
4.2.1. Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin.....	26
4.2.1. Jumlah Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	27

4.3. Kondisi Khusus Lokasi Penelitian	28
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	30
5.1. Karakteristik Responden	30
5.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	30
5.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	31
5.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	31
5.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	32
5.2. Hasil Analisis SEM-PLS (<i>Structural Equation Modelling - Partial Least Square</i>).....	33
5.2.1. Uji <i>Outer</i> Model.....	33
5.2.2. Uji <i>Inner</i> Model	37
VI. KESIMPULAN	47
6.1. Kesimpulan	47
6.2. Saran	47
DAFTAR PUSTAKA	49
LAMPIRAN-LAMPIRAN	61



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran	16
Gambar 2. Analisis menggunakan Smart PLS	21
Gambar 3. Peta Administrasi Kota Malang.....	25
Gambar 4. Mie Gacoan Tlogomas dan Mie Gacoan Kendalsari	28
Gambar 5. Mie Gacoan Sukun dan Mie Gacoan Jl. Jakarta.....	28
Gambar 6. Mie Gacoan Ciliwung dan Mie Gacoan Sawojajar	29
Gambar 7. Mie Gacoan Singosari	29
Gambar 8. Inner Model	38



DAFTAR TABEL

Tabel 1: Pengukuran Variabel	23
Tabel 2. Pengukuran Skala Likert	24
Tabel 3. Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin	26
Tabel 4. Persentase Penduduk Berdasarkan Pendidikan.....	27
Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	30
Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	31
Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	31
Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	32
Tabel 9. Hasil Uji Convergent Validity	33
Tabel 10. Hasil Uji Discriminant Validity	34
Tabel 11. Hasil Nilai Average Variance Extracted (AVE).....	35
Tabel 12. Hasil Composite Reliability	36
Tabel 13. Hasil Cronbach's Alpha.....	37
Tabel 14. Hasil Analisis R-Square.....	38
Tabel 15: Hasil Uji Statistic.....	39

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian.....	61
Lampiran 2. Karakteristik Responden.....	64
Lampiran 3. Tabulasi Data Penelitian.....	66
Lampiran 4. Hasil Analisis Menggunakan Smart PLS.....	72



FAKULTAS PERTANIAN PETERNAKAN

AGRIBISNIS

agribisnis.umm.ac.id | agribisnis @umm.ac.id



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



Nomor : E.2.g/156a/AGRI-FPP/UMM/VI/2024
Lampiran : -
Hal : Bukti Deteksi Plagiasi

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Menindaklanjuti Peraturan Rektor UMM No. 2 Tahun 2017 tentang Pelaksanaan Deteksi Plagiasi pada Karya Ilmiah Dosen dan Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Malang, Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian dan Peternakan Malang telah melakukan deteksi plagiasi pada karya ilmiah:

Nama Mahasiswa : A. Gafur
NIM : 201910210311032
Judul TA : Analisis Pengaruh Preferensi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan di Kota Malang

Persentase Kesamaan:

No	Jenis Naskah	Persentase Kesamaan (%)	Batas Maksimum Kesamaan (%)	Keterangan
1	Bab I	9	10	Sesuai
	Bab II	24	25	Sesuai
	Bab III	35	35	Sesuai
	Bab IV	12	15	Sesuai
	Bab V	5	5	Sesuai
2	Naskah Publikasi	-	25	Tidak Ada

Demikian surat ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana semestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Malang, 04 June 2024

Admin Deteksi Plagiasi
Program Studi Agribisnis,



Wahid Muhammad Shodiq, S.P., M.P
NIP. 20220815031997



Mengetahui
Ketua Program Studi Agribisnis,



Ary Bakhtiar, S.P., M.Si.
NIP. 170801011992

Tembusan:

1. Dosen Pembimbing 1 dan 2
2. Arsip



Kampus I

Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II

Jl. Bendungan Sutami No.188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 060

Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No.246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Kadir. (2018). Peranan brainware dalam sistem informasi manajemen jurnal ekonomi dan manajemen sistem informasi. *Sistem Informasi*, 1(September), 60–69. <https://doi.org/10.31933/JEMSI>
- Ajeng Melati, T., J. Rachbini, D., & Rekarti, E. (2021). the Role of Brand Image in Mediating the Effect of Product Quality, Service and Price on Purchase Interest. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 2(3), 499–512. <https://doi.org/10.31933/dijdbm.v2i3.835>
- Alifah, R. N., Tentama, F., & Situmorang, N. Z. (2019). Pengujian outer model pada konstruk resiliensi. *Jurnal Psikologi Terapan Dan Pendidikan*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.26555/jptp.v1i1.15124>
- Aliyah, A., Sebayang, A. F., & Haviz, M. (2018). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen terhadap Produk Starbucks Coffee di Kota Bandung. *Prosiding Ilmu Ekonomi*, 221–229. <http://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/ekonomi/article/view/13623>
- Arifin, A., Magito, M., Perkasa, D. H., & Febrian, W. D. (2023). Pengaruh Kompensasi, Kompetensi dan Konflik Kerja terhadap Kinerja Karyawan. *GLOBAL: Jurnal Lentera BITEP*, 1(01), 24–33. <https://doi.org/10.59422/global.v1i01.130>
- Badan Pusat Statistik. (2023). Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan I-2023. *Www.Bps.Go.Id*, No. 34/05/(13), 16. <https://www.bps.go.id/pressrelease/2023/05/05/1998/ekonomi-indonesia-triwulan-i-2023-tumbuh-5-03-persen--y-on-y-.html>
- Baihaky, S., Yogatama Ahmad Nizar, & Mustikowati, R. I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Madu Fresh. *Jurnal Ilmu Sosial*, 1(1), 85.
<https://bajangjournal.com/index.php/JISOS/article/view/1643>

Damaryanti, F., Thalib, S., & Miranda, A. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 2(2), 50–62.
<https://doi.org/10.55606/jurima.v2i2.253>

Dian Suarditini, Dimas Anugrah, Fatimahtu Zahra, & Fernando Imanuel Sitorus. (2023). Strategi Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Bakso dan Mie Ayam Pakde Kembar (Studi Dikantin Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *Jurnal Kewirausahaan Dan Manajemen Bisnis: Cuan*, 1(1), 30–46.
<https://doi.org/10.59603/cuan.v1i1.13>

Donovan, J., & Hurdawaty, R. (2022). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Es Kopi Susu (Studi Kasus Pada Konsumen Ombe Kofie Summarecon Mal Bekasi). *Jurnal Pendidikan Dan Perhotelan (JPP)*, 2(2), 67–84. <https://doi.org/10.21009/jppv2i2.07>

Eggers, F., & Eggers, F. (2022). Drivers of autonomous vehicles—analyzing consumer preferences for self-driving car brand extensions. *Marketing Letters*, 33(1), 89–112. <https://doi.org/10.1007/s11002-021-09571-x>

Ekasari, R., Agustya, D., Yucha, N., Arif, D., Darno, Retnowati, D., Ayu Mandasari, A., Ratnasari, E., Nur Husnul Yusmiati, S., & Puji Lestari, L. (2019). Effect of Price, Product Quality, and Service Quality on Customer Satisfaction on Online Product Purchases. *Journal of Physics: Conference Series*, 1175(1), 1–7. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1175/1/012287>

Erinda, A., & Sunarti, S. K. (2016). Analisis Faktor-Faktor Preferensi Pelanggan Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Terhadap Pelanggan McDonald's di Indonesia dan Malaysia). 30(1), 87–95.

Fathoni, A., Luqman, S., Hakim, A., & Abstrak, S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Petronase Figur Terhadap Preferensi Konsumen Produk Game Mobile Legend Bang Bang (Studi Kasus Gamers Kapas Madya 2 Tambaksari, Surabaya). 2(2), 21–66.

Fatwa, K. A., Huda, N., Sofie, L., Aprianti, I., Fatin, F. Z. Al, & ... (2023). Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan Di Kota Cirebon. 05, 0–14. <https://osf.io/6ev8t/download>

Fernando, A. D., & Mayliza, R. (2019). Pengaruh Persepsi Dan Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Siap Saji Fried Chicken Pada D'Besto Di Kota Padang Cabang Siteba. Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 1–10. <https://osf.io/srg86>

Firmansyah, I. (2019). Pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, harga dan brand image terhadap keputusan pembelian Kober Mie Setan di Kota Malang. Management and Business Review, 3(2), 116–123. <https://doi.org/10.21067/mbr.v3i2.4723>

Firmansyah, M., Masrun, M., & Yudha S, I. D. K. (2021). Esensi Perbedaan Metode Kualitatif Dan Kuantitatif. Elastisitas - Jurnal Ekonomi Pembangunan, 3(2), 156–159. <https://doi.org/10.29303/e-jep.v3i2.46>

Furadantin, N. R. (2018). Analisis Data Menggunakan Aplikasi SmartPLS v.3.2.7 2018. Academia (Accelerating the World's Research), 2.

https://scholar.google.com/scholar?q=related:2uQwPffimx4J:scholar.google.com/&scioq=analisis+data+menggunakan+smartPLS&hl=id&as_sdt=0,5

Guntarayana, I., Putri, K., & Chuly, R. Y. (2018). Analisa Strategi Dalam Pemasaran (Studi Kasus pada Mie Gacoan di Karangtengah Kota Blitar). *AKUNTABILITAS: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 11(2), 46–56. <https://doi.org/10.35457/akuntabilitas.v11i2.1099>

Habibullah, H., Erida, & Nifita, A. T. (2021). Pengaruh strategi positioning terhadap keputusan pembelian pada keep Burger di Kota Jambi. *Jurnal Dinamika ...*, 8(1), 11–20. <https://online-journal.unja.ac.id/jmbp/article/view/16958>

Hamdan, F. (2022). Pengaruh Segmenting, Targeting dan Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Furniture. 1–21.

Hartanto, Anthony., & Andreani, Fransisca. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Lingkungan Fisik Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Di De Mandailing Cafe Surabaya. *Agora*, 7(1).

Harwani, Y., & Fauziah, F. (2020). Keputusan Pembelian Konsumen Gerai Makanan Cepat Saji Ditinjau dari Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Iklan. *Business Economic, Communication, and Social Sciences (BECOSS) Journal*, 2(3), 285–291. <https://doi.org/10.21512/becossjournal.v2i3.6659>

Ilyas, M. S. D. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Menjadi Preferensi Konsumen Dalam Memilih Coffee Shop Di Kota Bandung Analysis of

Factors of Consumer Preferences in Choosing Coffee Shop in Bandung. 8(4), 3318–3329.

Jürkenbeck, K., Spiller, A., & Meyerding, S. G. H. (2020). Tomato attributes and consumer preferences – a consumer segmentation approach. *British Food Journal*, 122(1), 328–344. <https://doi.org/10.1108/BFJ-09-2018-0628>

Kristian, G., Welsa, H., & Udayana, I. B. N. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Trustworthiness Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(3), 509–520. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v9i3.570>

Kristin, N. I., & Nugroho, A. P. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy. *Excellent*, 8(1), 104–115. <https://doi.org/10.36587/exc.v8i1.912>

Leonard Adrie Manafe, & Ferdinand Romelus Anigomang. (2021). Preferensi Konsumen dalam Membeli Produk Kerupuk pada Cv. Panda Unyil Kerupuk Sidoarjo. *Jurnal Sinar Manajemen*, 8(2), 81–89. <https://doi.org/10.56338/jsm.v8i2.1642>

Lukitaningsih, A., Ningrum, N. K., & Muttaqin, F. A. (2023). Pengaruh Brand Image, Store Atmosphere, Product Quality dan Service Quality terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Pelanggan Mie Gacoan Yogyakarta). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 7(1), 372. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v7i1.794>

Maharani, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut. *IQTISHADequity*

Jurnal MANAJEMEN, 2(1), 10–22.
<https://doi.org/10.51804/iej.v2i1.548>

Malik1, S. A., & Wahyuningtiyas3, M. R. B. N. (2019). Analisis Pengaruh Variasi Produk, Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Mie Gacoan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang Angkatan 2019). 12(02), 221–232.

Manalu, D., & Johanna Roshinta. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Pembelian Starbucks Coffee Di Center Point Medan. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Politik*, 1(2), 173–189.
<https://doi.org/10.51622/jispol.v1i2.416>

Manglo, B. S., Saleh, M. Y., & Suriani, S. (2021). Daya Tarik Promosi, Harga Dan Kualitas Produk Dimediasi Preferensi Konsumen Terhadap Minat Beli Minuman Thai Tea Di Kota Makassar. *Indonesian Journal of Business and Management*, 4(1), 104–113.
<https://doi.org/10.35965/jbm.v4i1.1079>

Marselina, S., Sulistiono, S., & Saragi, C. P. (2022). Pengaruh Persepsi Dan Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rancamaya Golf And Country Club. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan*, 3(2), 77–86.
<https://doi.org/10.37641/jipkes.v3i2.1370>

Masroeri, N. A., & Wibawa, B. M. (2020). Analisis Perbedaan dan Preferensi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Food Souvenir. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 8(2). <https://doi.org/10.12962/j23373520.v8i2.46901>

Migliore, G., Thrassou, A., Crescimanno, M., Schifani, G., & Galati, A. (2020). Factors affecting consumer preferences for “natural wine”: An

exploratory study in the Italian market. *British Food Journal*, 122(8), 2463–2479. <https://doi.org/10.1108/BFJ-07-2019-0474>

Muhtarom, A., Syairozi, M. I., & Rismayati, R. D. (2022). Analisis Citra Merek, Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Minat Beli. *Derivatif : Jurnal Manajemen*, 16(1), 36–47.

Nisa, K., Alim, S., & Satpatmantlya, K. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Physical Evidence Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Mie Gacoan Cikarang Selatan. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 279–286.

Nugraheni, D. A., Nawantoro, F., Gunaningrat, R., Taufiq, R., & Muftiyanto, N. (2024). Pengaruh Cita Rasa, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif*, 2(1), 231–243. <https://doi.org/10.59024/jumek.v2i1.312>

Nuraini, F., & Novitaningtyas, I. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Mie Gacoan Cabang Magelang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 3(2), 50–57. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v3i2.740>

Pebriantika, D. T., Pitriyani, U., & Selaeman, E. (2022). Pengaruh Harga Cita Rasa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Mie Gacoan di Karawang. *Jurnal Mirai Management*, 7(3), 4–5. <https://doi.org/10.37531/mirai.v7i3.4589>

Pratama, A. Y., Ermitawati, Y., & Ikhwan, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Harga Produk Terhadap Minat Beli Pelanggan. *PJEB*, 1(1), 113–123. <http://jurnal.statistikawan.com/index.php/pje>

- Pratamasari, V. F., & Sulaeman, E. (2022). Pengaruh brand awareness dan brand image terhadap keputusan pembelian. *Forum Ekonomi*, 24(2), 422–432. <https://doi.org/10.30872/jfor.v24i2.10837>
- Pratiwi, I. W., & Hendrawan, D. (2018). Implementasi Importance-Performance Analysis (IPA): Analisis Preferensi Konsumen Muda Mie Setan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2), 1–20.
- Prihatini, P., Oktaviana, A., Devi, T., Sosial, F., Seni, H., & Surakarta, U. S. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Mie Gacoan Wilayah Surakarta Dan Sukoharjo. 4.
- Pura, M. P., & Madiawati, P. N. (2021). Pengaruh Promotion Mix Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee Dengan Perilaku Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*, 4(2), 204. <https://doi.org/10.35914/jemma.v4i2.752>
- Puri, E. T. P., & Lisiantara, G. A. (2023). Pengaruh Word Of Mouth, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Yang Dimediasi Dengan Keputusan pembelian di Mie Gacoan Depok. *Pengaruh Word Of Mouth, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Yang Dimediasi Dengan Keputusan pembelian di Mie Gacoan Depok*, 2(2), 91–107.
- Purwanto, A., & Sudargini, Y. (2021). Partial Least Squares Structural Squation Modeling (PLS-SEM) Analysis for Social and Management Research : A Literature Review. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 2(4), 114–123.

Purwanto, N. (2019). Variabel Dalam Penelitian Pendidikan. *Jurnal Teknodik*, 6115, 196–215. <https://doi.org/10.32550/teknodik.v0i0.554>

Rainy Firohmatillah, A., & Arisena, A. (2021). Pengaruh Stress Kerja dan Kepuasan Kerja terhadap Turnover Intention Pada Koperasi X di Jawa Barat Menggunakan Pendekatan Partial Least Square (PLS). *Jurnal Co Management*, 3(2), 508–517. <https://doi.org/10.32670/comanagement.v3i2.429>

Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R.

Robbiyani, N., Mulyana, R., & Abdurrahman, L. (2022). Pengujian Model Pengaruh Tata Kelola TI Terhadap Transformasi Digital dan Kinerja Asuransi C. *Explore: Jurnal Sistem Informasi Dan Telematika*, 13(2), 95. <https://doi.org/10.36448/jsit.v13i2.2712>

Rohmah, T. N. (2023). Pengaruh Label Halal Dan Kualitas Dengan Preferensi Konsumen Sebagai.

Salsabila í, A., Maskur, A., & Stikubank Semarang, U. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan (Studi Pada Pelanggan Mie Gacoan di Kota Semarang). *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(1), 156–167. <https://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/view/1902>

Sari, A. N. (2019). Pengaruh Brand Image (Citra Merek) Terhadap Preferensi Konsumen dalam Membeli Buah Pisang “Sunpride” di Kota Yogyakarta. *Jurnal UST Jogja*, 1(1), 1–7.

Septiani, Y., Aribbe, E., & Diansyah, R. (2020). Analisis Kualitas Layanan Sistem Informasi Akademik Universitas Abdurrab Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode Sevqual (Studi Kasus : Mahasiswa Universitas Abdurrab Pekanbaru). *Jurnal Teknologi Dan Open Source*, 3(1), 131–143. <https://doi.org/10.36378/jtos.v3i1.560>

Sitepu, D. L. B., Safri, H., & Hendry, R. S. M. (2022). Pengaruh Kualitas Makanan, Citra Merek, Lokasi Usaha Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Padatoko Roti Hasanah Bakery Rantauprapat. *Jurnal Manajemen Akuntansi (Jumsi)*, 2(1), 84–96.

Sukmaraga, R. B., & Mulyadin, M. (2021). Pengaruh Penggunaan Arsip Elektronik Terhadap Produktivitas Karyawan (Studi Kasus Pada Kantor UPBU Sultan M. Salahuddin Bima). *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 5(1), 153–161. <https://doi.org/10.29408/jpek.v5i1.3352>

Sung, E., Chung, W. Y., & Lee, D. (2023). Factors that affect consumer trust in product quality: a focus on online reviews and shopping platforms. *Humanities and Social Sciences Communications*, 10(1). <https://doi.org/10.1057/s41599-023-02277-7>

Swastika, E. A., Rahma Heraziza, S., Rizka Alhafidz, Z., Melladewi, F., Astuti, N. W., & Rofiq, N. (2023). Jurnal Multidisiplin Indonesia Studi Halal And Haram Foods Terhadap Kesehatan Dalam Perspektif Hukum Islam Berbasis Case Method. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 2(3), 466–476. <https://doi.org/10.58344/jmi.v2i3.185>

Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia di Jakarta. *Jurnal*

Manajemen, 9(1), 113–123.
<http://jurnal.kwikkiangie.ac.id/index.php/JM/article/view/663>

Tata Aulia Rahma, Khalid Iskandar, & Muhammad Syaifulloh. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Mie Ayam Arjuna Di Randudongkal Pemalang. *Manajemen Kreatif Jurnal*, 1(4), 249–273.
<https://doi.org/10.55606/makreju.v1i4.2173>

Tjiptono dan Chandra. (2017). Pengaruh Strategi Segmenting , Targeting dan Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab Merek Zoya Pada Mahasiswa Pasca Sarjana Universitas BSI serta Dampaknya Terhadap Brand Loyalty. *Simposium Nasional Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi (SIMNASIPTEK)*, 140.
<http://seminar.bsi.ac.id/simnasiptek/index.php/simnasiptek-2017/article/viewFile/158/158>

Wahyuni, T., & Zuhritah, A. (2020). Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Agriscience*, 1(1), 232–243.

Walaszczyk, A., Kowalska, A., & Staniec, I. (2023). A survey on willingness-to-pay for food quality and safety cues on packaging of meat: a case of Poland. *Decision*, 50(2), 233–249. <https://doi.org/10.1007/s40622-023-00352-1>

Wicaksono, R. A., Octavia, A. N., & Aprianto, M. S. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Indomie Di Semarang. *Solusi*, 21(1), 423.
<https://doi.org/10.26623/slsi.v21i1.6064>

Widya, M., Jannah, A., Putri,) ;, Faradita, A., Andhy,) ;, & Adriyanto, T. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan Majapahit. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 21(2), 518–529.

Yamini, E. A. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Pada Keputusan Pembelian Spontan. *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4), 882–888. <http://ulilalbabinstitute.com/index.php/JIM/article/view/137>

Yang, H., Zhang, P., & Liu, H. (2023). The influence of the brand image of green agriculture products on China's consumption intention-The mediating role of perceived value. *PLoS ONE*, 18(10 October), 1–20. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0292633>

Yosua Sinaga, R., & Sucipto, A. (2020). Sistem Layanan Pemesanan Online Pusat Sarana Olahraga Berbasis Mobile (Studi Kasus : Bandar Lampung Sport Center). *Jurnal Ilmiah Infrastruktur Teknologi Informasi (JIITI)*, 2(2), 58–65.

Zhang, G., Liu, X., & Su, G. (2023). Manufacturer invasion and online sales mode strategy considering the level of service quality. *PLoS ONE*, 18(10 October), 1–22. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0292736>

