

**BRAND EXPERTISE DAN PERILAKU HIDUP TIDAK SEHAT MENDORONG
KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE INSTAN DI KALANGAN MAHASISWA
DENGAN MATERIALISM SEBAGAI MODERATING**



TESIS

YUDHIA

MANAJEMEN PEMASARAN

232510003

PROGRAM STUDI MANAJEMEN – S2

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS BINA DARMA

PALEMBANG

2025

**BRAND EXPERTISE DAN PERILAKU HIDUP TIDAK SEHAT MENDORONG
KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE INSTAN DI KALANGAN MAHASISWA
DENGAN MATERIALISM SEBAGAI MODERATING**



Tesis ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar

MAGISTER MANAJEMEN

YUDHIA

MANAJEMEN PEMASARAN

232510003

PROGRAM STUDI MANAJEMEN – S2

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS BINA DARMA

PALEMBANG

2025

Halaman Pengesahan Pembimbing Tesis

Judul Tesis: BRAND EXPERTISE DAN PERILAKU HIDUP TIDAK SEHAT
MENDORONG KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE INSTAN DI
KALANGAN MAHASISWA DENGAN MATERIALISM SEBAGAI
MODERATING

Oleh YUDHIA , NIM 232510003, Tesis ini telah disetujui dan disahkan oleh Pembimbing
Program Studi Manajemen-S2 konsentrasi MANAJEMEN PEMASARAN, Program
Pascasarjana Universitas Bina Darma pada 26 Februari 2025 dan telah dinyatakan LULUS.

Palembang, 26 Februari 2025
Mengetahui,
Program Studi Manajemen- S2
Universitas Bina Darma
Ketua,



.....
Dr. Sulaiman Helmi, S.E., M.M.

Pembimbing,

.....
Dr. Muji Gunarto, S.Si., M.Si

Halaman Pengesahan Penguji Tesis

Judul Tesis: BRAND EXPERTISE DAN PERILAKU HIDUP TIDAK SEHAT
MENDORONG KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE INSTAN DI
KALANGAN MAHASISWA DENGAN MATERIALISM SEBAGAI
MODERATING

Oleh YUDHIA, NIM 232510003, Tesis ini telah disetujui dan disahkan oleh Tim Penguji
Program Studi Manajemen – S2 konsentrasi MANAJEMEN PEMASARAN, Program
Pascasarjana Universitas Bina Darma pada 26 Februari 2025 dan telah dinyatakan LULUS.

Palembang, 26 Februari 2025
Mengetahui,
Program Pascasarjana
Universitas Bina Darma
Direktur,



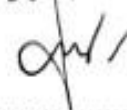
Prof. Dr. Ir. Achmad Syarifudin, M.Sc.

Penguji I,



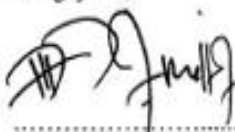
Dr. Muji Gunarto, S.Si., M.Si

Penguji II,



Dr. Trisninawati, S.E., M.M

Penguji III,



Dr. Dina Mellita, S.E., M.Ec

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : YUDHIA

NIM : 232510003

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Karya tulis Saya (Tesis, Skripsi, Tugas Akhir) ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik (Magister, Sarjana, dan Ahli Madya) di Universitas Bina Darma;
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian Saya sendiri dengan arahan tim pembimbing;
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dikutip dengan mencantumkan nama pengarang dan memasukkan ke dalam daftar pustaka;
4. Karena yakin dengan keaslian karya tulis ini, Saya menyatakan bersedia Tesis/Skripsi/Tugas Akhir, yang Saya hasilkan di unggah ke internet;
5. Surat Pernyataan ini Saya tulis dengan sungguh-sungguh dan apabila terdapat penyimpangan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka Saya bersedia menerima sanksi dengan aturan yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palembang, 26 Februari 2025

Yang Membuat Pernyataan,



YUDHIA

NIM: 232510003

ABSTRAK

Mie instan tergolong makanan cepat saji yang banyak digemari termasuk di kalangan mahasiswa karena penyajiannya yang mudah, harga terjangkau, mudah didapat dan memiliki sifat yang tahan lama. Tujuan dari penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh Brand Expertise dan perilaku hidup tidak sehat mendorong untuk pembelian mie instan di kalangan mahasiswa dengan materialism sebagai moderating. Penelitian ini dilakukan dengan metode survei dengan teknik sampling *probability sampling* dengan *simple random sampling*. Data dianalisis menggunakan metode analisis regresi dengan pendekatan statistic menggunakan analisis deskriptif dan analisis inferensial seperti uji regresi dan uji moderasi untuk menguji hipotesis penelitian. Metode analisis data analisis regresi linier berganda dan Structural Equation Modeling (SEM) Brand expertise, perilaku hidup tidak sehat dan materialism berpengaruh terhadap keputusan pembelian mie instan di kalangan mahasiswa.

Keywords: Brand Expertise, Materialism, Perilaku Hidup Tidak Sehat

ABSTRACT

Instant noodles are classified as fast food and are widely favored, including among university students, due to their ease of preparation, affordability, availability, and long shelf life. This study aims to examine the influence of brand expertise and unhealthy lifestyle behaviors on the purchase of instant noodles among university students, with materialism serving as a moderating variable. The research was conducted using a survey method with a probability sampling technique, specifically simple random sampling. The data were analyzed using regression analysis methods with a statistical approach, employing descriptive and inferential analyses such as regression tests and moderation tests to examine the research hypotheses. The analytical methods applied include multiple linear regression analysis and Structural Equation Modeling (SEM). The findings indicate that brand expertise, unhealthy lifestyle behaviors, and materialism significantly influence the decision to purchase instant noodles among university students.

Keywords: Brand expertise, materialism, unhealthy lifestyle behavior.

MOTTO DAN HALAMAN PERSEMBAHAN

Motto:

"Barang siapa keluar untuk mencari sebuah ilmu, maka ia akan berada di jalan Allah hingga ia kembali."

- HR Tirmidzi

Persembahan:

Puji Syukur kepada Allah SWT atas karunia dan hidayah-Nya sehingga Tesis ini dapat terselesaikan dengan baik. Saya persembahkan Tesis ini kepada:

Kedua orang tua ku yang tersayang, terima kasih atas doa, semangat, motivasi, pengorbanan, dukungan, nasihat serta kasih sayang yang tidak pernah henti sampai saat ini.

Saudara-saudaraku (Dr. Tili Karenia, SP., M.Si., Sandi Yudha, SP., Citra Pertiwi, S.E.I., M.E.I., dan Citra Lestari, S.E.I., M.E.I.), Saudara-Saudara Ipar (Effen Hadikusuma, S.P., Septiana Anggraini, S.P., M.Si., M. Leandry Dalafranka, S.Si., M.Kom., dan Kemas Mahmud, S.E.I.), keponakan-keponakanku (Mgs. Balaputradewa, Msy Jasminum Sambac Hadikusuma, Nyimas Zuhria Ayesha, Kirana Azzara Sadina, Fia Zahira Shanum, Kms Muzamil Ayash, Rafasha Alghazi) terima kasih atas doa, semangat, dukungan, motivasi dan arahan selama mengikuti Pendidikan Program Magister Manajemen.

Orang yang saya cintai. Terima kasih atas dukungan, kebaikan dan perhatian. Terima kasih karena memberi tahu saya cara hidup dengan jujur dan bahagia.

Para dosen atas segala ilmu yang telah diberikan, teman-teman seperjuangan dan almamater Universitas Bina Darma.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kita panjatkan kehadiran Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul "Brand Expertise dan Perilaku Hidup Tidak Sehat Mendorong Keputusan Pembelian Mie Instan di Kalangan Mahasiswa dengan Materialism Sebagai Moderating".

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen di Program Pascasarjana Universitas Bina Darma Palembang. Selama penyelesaian Tesis ini tidak terlepas dari bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak sehingga Tesis ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat, anugrah ilmu, kesempatan, kesehatan, dan mendengarkan setiap doa sehingga peneliti mampu menyelesaikan Tesis ini dengan baik.
2. Prof. Dr. Sunda Ariana, M.Pd., M.M selaku Rektor Universitas Bina Darma.
3. Bapak Prof. Dr. Ir. Achmad Syarifudin, M.Sc. selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Bina Darma.
4. Bapak Dr. Sulaiman Helmi, S.E., M.M. selaku Ketua Jurusan Magister Manajemen.
5. Bapak Dr. Muji Gunarto, S.Si., M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktunya dalam memberikan arahan, bimbingan, nasehat, saran, dan kritik yang sangat membangun bagi peneliti selama penyusunan Tesis ini.
6. Ibu Dr. Trisninawati, S.E., M.M dan Ibu Dr. Dina Mellita, S.E., M.Ec. selaku tim penguji yang telah memberikan pencerahan terhadap Tesis peneliti.
7. Seluruh Dosen Magister Manajemen beserta Staf Program Pascasarjana yang telah membimbing dan memberikan ilmu kepada peneliti selama menjalankan perkuliahan.

8. Kedua orang tua, saudara, keponakan dan keluarga besar, yang senantiasa memberikan doa, semangat, dukungan, motivasi dan saran yang sangat bermanfaat agar terus melakukan yang terbaik.
9. Kepada Dody Febriansyah yang telah berkontribusi banyak atas semangat, waktu pikiran, tempat cerita penulis di setiap saat yang tidak mudah selama proses pengerjaan Tesis ini.
10. Kepada teman-teman terbaik saya Riska, Nia, Dea, Dwi, Rely, Ariadi, Frans & Bagus yang selalu memberikan semangat dan dukungan untuk menyelesaikan perkuliahan ini.
11. Kepada teman-teman seperjuangan Magister Manajemen 42 A dan seluruh teman-teman di Magister Manajemen Universitas Bina Darma yang telah bersama dan saling mendukung serta semangat perkuliahan penulis.

Palembang, 26 Februari 2025

Yudhia, S. TP.
NIM. 232510003

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING TESIS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI TESIS.....	iii
SURAT PERNYATAAN.....	iv
ABSTAK.....	v
ABSTRACT	vi
MOTTO DAN HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumuan Masalah Penelitian.....	5
1.3 Batasan Masalah Penelitian.....	5
1.4 Tujuan.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6

1.6 Ruang Lingkup Penelitian.....	7
1.7 Susunan dan Struktur Teknis.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Grand Theory.....	9
2.1.1 Brand Equity Theory.....	9
2.1.2 Customer-Based Brand Equity.....	10
2.1.3 Service Dominant Logic.....	11
2.2 Kajian Pustaka.....	12
2.2.1 Keahlian Merek.....	12
2.2.2 Keputusan Pembelian Konsumen.....	14
2.2.3 Perilaku Hidup Tidak Sehat.....	15
2.2.4 Materialisme.....	17
2.3 Penelitian Terdahulu.....	19
2.4 Hubungan Antar Variabel.....	21
2.5 Kerangka Berpikir.....	25
2.6 Hipotesis Penelitian.....	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	27
3.1 Penelitian.....	27
3.2 Data Penelitian.....	27
3.2.1 Jenis Data.....	27
3.2.2 Populasi.....	28

3.2.3	Sampel Penelitian.....	29
3.2.4	Teknik Penarikan Sampel.....	30
3.3	Definisi Operasional Variabel	30
3.4	Konsep dan Metode Penelitian yang Digunakan.....	31
3.5	Metode Pengumpulan Data.....	33
3.6	Variabel Penelitian.....	34
3.7	Teknik Analisis Data.....	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		40
4.1	Hasil.....	40
4.1.1	Karakteristik Responden.....	40
4.1.2	Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	42
4.1.3	Analisis Data SEM-PLS.....	46
4.2	Pembahasan	57
4.2.1	Pengaruh Brand Expertise Terhadap Keputusan Pembelian.....	57
4.2.2	Perilaku Hidup Tidak Sehat Berpengaruh Terhadap..... Keputusan Pembelian.....	58
4.2.3	Materialism Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian.....	59
4.2.4	Materialism Memoderasi Brand Expertise Terhadap..... Keputusan Pembelian.....	60
4.2.5	Materialism Memoderasi Perilaku Hidup Tidak Sehat Terhadap..... Keputusan Pembelian.....	61

BAB V PENUTUP.....	62
5.1 Kesimpulan.....	62
5.2 Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA.....	64
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	71



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel.....	31
Tabel 4.1	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	40
Tabel 4.2	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
Tabel 4.3	Profil Responden Berdasarkan Fakultas.....	41
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Tinggal.....	42
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Konsumsi Mie Instan Seminggu.....	42
Tabel 4.6	Penilaian Responden berdasarkan Kriteria.....	43
Tabel 4.7	Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Expertise</i>	43
Tabel 4.8	Statistik Deskriptif Variabel Perilaku Hidup Tidak Sehat...	44
Tabel 4.9	Statistik Deskriptif Variabel Materialism.....	44
Tabel 4.10	Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	45
Tabel 4.11	Nilai <i>Convergent Validity</i>	46
Tabel 4.12	<i>Cross Loading</i>	50
Tabel 4.13	Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	51
Tabel 4.14	Nilai <i>Composite Reliability</i>	51
Tabel 4.15	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	52
Tabel 4.16	Nilai R-Square (R^2).....	53

Tabel 4.17	Nilai <i>Construct Crossvalidated Redundancy</i>	53
Tabel 4.18	Hasil <i>Boostrapping</i> Uji Pengaruh Langsung.....	55
Tabel 4.19	Hasil <i>Boostrapping</i> Uji Pengaruh Langsung Penambahan....	
	Materialism Sebagai Moderating.....	56



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Kerangka Berpikir Penelitian.....	26
Gambar 4.1	Diagram Jalur Model Lengkap.....	48
Gambar 4.2	Full Model Setelah Dikalkulasikan.....	49
Gambar 4.3	Hasil PLS <i>Output Model</i>	54
Gambar 4.4	Hasil PLS <i>Boostrapping Output</i>	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Lembar Kuisioner.....	72
Lampiran 2	Lembar Konsultasi Tesis.....	79
Lampiran 3	SK Pembimbing.....	80
Lampiran 4	Lembar Perbaikan Ujian Tesis.....	81

Universitas Bina
Dharma

