

**PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK, CITA RASA DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MAKARONI NGEHE DI SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Menghadapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Administrasi Bisnis**



Disusun Oleh :

FINDA KURNIA SARI

NPM : 1121900070

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2023**

**PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK, CITA RASA DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MAKARONI NGEHE DI SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Menghadapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Administrasi Bisnis**



Disusun Oleh :

FINDA KURNIA SARI

NPM : 1121900070

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2023

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Finda Kurnia Sari


NBI :1121900070


**Judul : Pengaruh Diferensiasi Produk, Cita Rasa Dan Persepsi Harga
Terhadap Keputusan Pembelian Makaroni Ngehe Di Surabaya**

Surabaya, 03 Juli 2023

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya**

**Disetujui Oleh,
Dosen Pembimbing 1**


Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, MP.
NPP. 20120870103


Dra. Diana Juni Mulyati, MM
NPP. 20120850032

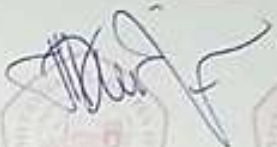
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal :

Dewan Penguji :


1. Dra. Diana Juni Mulyati, MM

Ketua

()

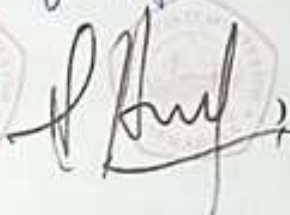
2. Dra. Ni Made Ida Pratiwi, MM.

Anggota

()

3. Dra. Sri Andayani, MM.

Anggota

()

Mengesahkan,
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
Dekan,




Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, MP.

NPP. 20120870103

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah:

Nama : Finda Kurni Sari

NBI : 1121900070

Prodi : Administrasi Bisnis

Judul : Pengaruh Diferensiasi Produk, Cita Rasa dan Persepsi Harga
Terhadap Keputusan Pembelian Makaroni Ngehe Di Surabaya

Menyatakan :

1. Bahwa skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan / atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam daftar Pustaka.
3. Apabila dikemudian hari ternyata skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam daftar pustaka, maka saya menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran sepenuhnya.

Surabaya, 04 Juli 2023

Yang membuat persyaratan



(Finda Kurnia Sari)



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
JL. SEMOLOWARU 45 SURABAYA TLP.
031 593 1800 (EX 311)
EMAIL: PERPUS@UNTAG-SBY.AC.ID.

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASIKARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Sayayang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Finda Kurnia Sari
NIM : 1121900070
Fakulta : Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Program Studi : Ilmu Sosial dan Politik
Jenis Karya : Skripsi/ ~~Tesis/ Disertasi/ Laporan penelitian/ Praktek*~~

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya meyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul:

Pengaruh Diferensiasi Produk, Cita Rasa Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Makaroni Ngehe Di Surabaya.

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-FreeRight)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal : 04 Juli 2023

Yang Menyatakan



(Finda Kurnia Sari)

* Coret yang tidak perlu

MOTTO

“Apa yang sudah ditakdirkan untukmu tidak akan pernah menjadi milik orang lain. apa yang sudah Allah takar, tidak akan mungkin tertukar”.

@Robiafrizan

“Hasbunallah Wa Ni’ Mal Wakil

Cukup bagi kami Allah sebagai penolong dan sebaik-baiknya pemberi pelindung”

(Ali Imron 3 : 173)

“Orang lain gak akan paham *struggle* dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin tau hanya bagian *succes storiesnya*. Berjuanglah untuk diri sendiri meskipun gak ada yang bertepuk tangan. Kelak diri kita dimasa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini, tetap pejuang ya.....☺”

ABSTACT

Business competition is now getting tougher, as now many snack businesses have sprung up with various characteristics and advantages of each. In order for a business to continue to compete in the business world, the company must be able to meet the needs and desires of consumers. one of the companies involved in the business competition is Makaroni Ngehe, a typical Tasikmalya snack with the main ingredient macroni which is fried dry, crispy and wet fluffier with a variety of flavors and spicy sensations that can be adjusted to the wishes of consumers. Makroni Ngehe already has various branches in big cities, one of which is in the city of Surabaya. The formulation of the problem in this study is whether there is an effect of Product Differentiation, Taste, and Price Perception on purchasing decisions in Surabaya. The purpose of this study is to determine and analyze the effect of Product Differentiation, Taste, and Price Perception partially and simultaneously on purchasing decisions. This type of research is quantitative using non-probability sampling method by using accidental sampling technique with a sample of 100 respondents. The population in this study are all consumers who buy and consume Macaroni Ngehe in Surabaya and the data collection technique is e-questionnaire via Google form and data analysis techniques. The analysis technique used in this research is multiple linear regression analysis, validity test, reliability test, test classic assumptions and hypothesis testing. The results of this study indicate that product differentiation, taste, and price perception have a positive and significant effect both partially and simultaneously on purchasing decisions.

Keywords : Product Differentiation, Taste, Perceived Price and Purchase Decision

ABSTRAK

Persaingan bisnis kini semakin ketat, seperti sekarang ini banyak sekali usaha makanan ringan (snack) yang bermunculan dengan beragam ciri khas dan keunggulan masing-masing. Agar suatu usaha dapat terus bersaing dalam dunia bisnis maka perusahaan harus mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. salah satu perusahaan yang terlibat dalam persaingan bisnis adalah Makaroni Ngehe merupakan makanan ringan khas Tasikmalya dengan bahan baku utama makroni yang digoreng kering renyah dan basah pulen dengan berbagai rasa dan sensasi pedas yang bisa disesuaikan dengan keinginan konsumen. Makroni Ngehe telah memiliki berbagai cabang di kota-kota besar salah satunya di kota Surabaya. Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah adakah pengaruh Diferensiasi Produk, Cita Rasa, dan Persepsi Harga terhadap keputusan pembelian Surabaya Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Diferensiasi Produk, Cita Rasa, dan Persepsi Harga secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian. jenis penelitian ini adalah kuantitatif yang dengan menggunakan metode non-probability sampling dengan pengambilan menggunakan teknik Accidental sampling dengan jumlah sampel 100 responden. Populasi dalam penelitian ini adalah yaitu seluruh konsumen yang membeli dan mengkonsumsi Makaroni Ngehe Di Surabaya dan teknik pengumpulan data yaitu e-kuesioner melalui google form dan teknik analisis data Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Diferensiasi Produk, Cita Rasa, dan Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan baik secara parsial maupun simultan Terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci : Diferensiasi Produk, Cita Rasa, Persepsi Harga dan Keputusan Pembelian.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT. yang senantiasa melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Diferensiasi Produk, Cita Rasa Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Makaroni Ngehe Di Surabaya”. Tak lupa shalawat dan salam kepada Rasulullah Muhammad SAW. yang merupakan rahmatan Lil Alamin yang membawa manusia dari zaman jahiliyah menuju zaman peradaban yang islami.

Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk melengkapi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata-1 Program Studi Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Politik 17 Agustus 1945 Surabaya. Skripsi ini tidak mungkin terselesaikan dengan baik tanpa adanya dukungan, bimbingan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada semua pihak, diantaranya:

1. Allah SWT. Yang telah memberikan Kesehatan, kelancaran dan kemudahan selama proses penyelesaian skripsi ini.
2. Ibu Dr. Ayun Maduwinarti, MP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Ibu Dra. Ni Made Ida Pratiwi, MM selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Ibu Dra. Diana Juni Mulyati, MM selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Drs. Agung Pudjianto, M.M selaku Dosen Pembimbing II yang dengan penuh kesabaran dan rela meluangkan waktu di tengah kesibukannya untuk memberikan bimbingan kepada saya.
5. Untuk Kedua orang tua saya Bapak Jumanan dan Ibu Warbibit dan kedua adik saya Filla Indah Iestarei dan Binan Najwa Rahmadani. Terima kasih atas dukungan moril maupun materil dan untaian doa-doanya sehingga penulis dapat menyelesaikan studi strata-1 ini.
6. Teman- teman seperjuangan selama perkuliahan Chusnul, Tiara, Umi, Puput, Desi yang selalu mendukung saya, semoga kita selalu dipertemukan dalam kesuksesan.
7. Untuk Hida teman kuliah saya yang berjuang bareng bersama dalam menyelesaikan skripsi.
8. Teman-teman Angkatan 2019 Program Studi Administrasi Bisnis yang telah menjalani studi ini bersama-sama dan kepada para dosen yang telah mengajarkan kami selama kuliah ini

9. Diri saya sendiri, yang telah kooperatif dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih karena sudah berusaha, percaya diri dan berpikir positif sehingga mampu membuktikan bahwa saya bisa mengandalkan diri sendiri.
10. Para responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian saya.
11. Semua pihak baik keluarga, teman-teman yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam banyak hal yang berhubungan dengan penyelesaian skripsi ini. Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Namun demikian, penulis telah berupaya dengan segala kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki sehingga dapat selesai dengan baik dan tepat waktu. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini kedepannya. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembacanya khususnya dan perkembangan pengetahuan pada umumnya.

Surabaya, 23 Juni 2023

Finda Kurnia Sari

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
MOTTO.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Sistematika Penelitian	5
BAB II.....	7
TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Landasan Teori	10
2.2.1 Diferensiasi Produk.....	10
2.2.2 Cita Rasa	13
2.2.3 Persepsi Harga.....	15
2.2.4 Keputusan Pembelian	18
2.3 Definisi Konsep.....	21
2.4 Definisi Operasional.....	21
2.5 Pola Hubungan Antar Variabel	22
2.6 Kerangka Dasar Pemikiran.....	23
2.7 Hipotesis.....	24
BAB III.....	27
METODE PENELITIAN	27
3.1 Rencana Desain Penelitian	27

3.2	Populasi Dan Sempel.....	27
3.2.1	Populasi	27
3.2.2	Sampel.....	27
3.3	Skala Pengukuran Dan Instrumen Penelitian	28
3.3.1	Skala Pengukuran.....	28
3.3.2	Instrumen Penelitian.....	29
3.4	Jenis Data Dan Sumber Data.....	30
3.4.1	Jenis data	30
3.4.2	Sumber Data.....	30
3.5	Teknik Pengumpulan Data	31
3.6	Teknik Analisis Data	31
3.6.1	Uji Instrumen.....	31
3.6.2	Uji Asumsi Klasik	32
3.6.3	Uji Regresi Linier Berganda.....	33
3.6.4	Uji Hipotesis.....	34
BAB IV		37
PENYAJIAN, ANALISA DAN PEMBAHASAN		37
4.1	Penyajian Data.....	37
4.1.1	Gamabar Umum Obyek Penelitian.....	37
4.1.2	Karakteristik Responden	38
4.1.3	Uji Instrument	41
4.2	Tabulasi Data.....	42
4.2.1	Tabulasi Jawaban Responden.....	42
4.2.2	Deskripsi Jawaban Responden	55
4.3	Analisis Data	62
4.3.1	Uji Asumsi Klasik	62
4.4	Analisis Regresi Linier Berganda.....	66
4.5	Uji Hipotesis.....	67
4.5.1	Uji t (Parsial)	67
4.5.2	Uji F (Simulasi).....	69
4.5.3	Uji (r) Korelasi	71
4.5.4	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	71
4.6	Pembahasan.....	72
4.6.2	Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian	72
4.6.2	Pengaruh Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian	72
4.6.3	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	73
4.6.4	Pengaruh Diferensiasi Produk, Cita Rasa dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	73

BAB V.....	75
PENUTUP.....	75
5.1 Kesimpulan.....	75
5.2 Rekomendasi	76
1. Bagi pihak Makaroni Ngehe di Surabaya	76
2. Bagi peneliti selanjutnya.....	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIARAN	80

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	7
Tabel 3.1 Pengukuran Skala Likert.....	29
Tabel 3.2 Instrumen Penelitian.....	29
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	39
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	40
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan.....	40
Tabel 4.5 Hasil Pengujian Validitas	41
Tabel 4.6 Hasil Pengujian Reabilitas	42
Tabel 4.7 Hasil Tabulasi Variabel Diferensiasi Produk (X1).....	42
Tabel 4.8 Hasil Tabulasi Variabel Cita Rasa (X2).....	45
Tabel 4.9 Hasil Tabulasi Variabel Persepsi Harga (X3)	48
Tabel 4.10 Hasil Tabulasi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	52
Tabel 4.11 Interval Rata-Rata Skor.....	55
Tabel 4.12 Hasil Nilai Mean atas variabel Difirensiasi Produk (X1).....	55
Tabel 4.13 Hasil Nilai Mean atas variabel Cita Rasa (X2)	57
Tabel 4.14 Hasil Nilai Mean atas variabel Persepsi Harga (X3).....	59
Tabel 4.15 Hasil Nilai Mean atas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	60
Tabel 4.16 Hasil Uji Kolmogrov Smirnov	64
Tabel 4.17 Hasil Uji Multikolinieritas	65
Tabel 4.18 Hasil Analisis Regresi Berganda.....	66
Tabel 4.19 Hasil Uji t (Piasial).....	68
Tabel 4.20 Hasil Uji F.....	70
Tabel 4.21 Interpretasi Koefisien Korelasi	71
Tabel 4.22 Uji Korelasi (r).....	71
Tabel 4.23 Koefisien Determinasi (R^2).....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik prediksi total volume distribusi makanan ringan di Indonesia.....	2
Gambar 1.2 Varian Produk Makaroni Ngehe.....	3
Gambar 2.1 Model Proses Pembelian Lima Tahap.....	19
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	24
Gambar 4.1 Ikon Produk Makaroni Ngehe	38
Gambar 4.2 Outlet Makaroni Ngehe	38
Gambar 4.3 Produk Makaroni Ngehe	38
Gambar 4.4 Hasil Uji Model Histogram	63
Gambar 4.5 Hasil Uji Normal P-Plot	63
Gambar 4.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	80
Lampiran 2 Uji Validitas Dan Uji Reabilitas	85
Lampiran 3 Hasil Uji Analisis Data.....	89
Lampiran 4 Kartu Bimbingan.....	93
Lampiran 5 Lembar Perintah Revisi.....	97
Lampiran 6 Hasil Turnitin.....	100