

**PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN CITA RASA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AYAM  
GEPREK JUARA (PADA MASYARAKAT MERR  
SURABAYA)**

**SKRIPSI**

**Di Ajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik dan  
Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Program Studi  
Administrasi Bisnis**



**Oleh :**

**Lely Indah Wati**

**NBI : 1121900062**

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

**2023**

**PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN CITA RASA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AYAM  
GEPREK JUARA**

**(PADA MASYARAKAT MERR SURABAYA)**

**SKRIPSI**

**Di Ajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik dan  
Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Program Studi  
Administrasi Bisnis**



**Oleh :**

**Lely Indah Wati**

**NBI : 1121900062**

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

**2023**

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

**Nama** : Lely Indah Wati  
**NIM** : 1121900062  
**Judul** : Pengaruh *Word Of Mouth* dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Geprek Juara ( Pada Masyarakat Merr Surabaya )

Surabaya, 22 Juni 2023

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

Disetujui Oleh,  
Dosen Pembimbing I

  
**Dr. Dra Ayun Maduwinarti, M.P**

**NPP. 20120.87.0103**

  
**Drs. Agung Pujiyanto, MM**

**NPP. 20120.92.0284**

## TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan didepan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Administrasi Bisnis pada 22 Juni 2023.

### DEWAN PENGUJI:

1. **Drs. Agung Pujiyanto, MM**  
**Ketua**
2. **Dra. Diana Juni Mulyati, MM**  
**Anggota**
3. **Drs. Ute Ch. Nasution, MS**  
**Anggota**



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



**Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P**  
**NPP. 20120.87.0130**

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lely Indah Wati

NBI/NPM : 1121900062

Prodi : Administrasi Bisnis

Judul Skripsi : Pengaruh *Word Of Mouth* dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Geprek Juara ( Pada Masyarakat Merr Surabaya )

Menyatakan :

1. Bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, 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 bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 22 Juni 2023

Yang membuat pernyataan,



Lely Indah Wati



UNIVERSITAS  
17 AGUSTUS 1945  
SURABAYA

**BADAN PERPUSTAKAAN**

Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA

TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)

email : perpus@untag-sby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lely Indah Wati  
NBI : 1121900062  
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : Administrasi Bisnis  
Jenis Karya : Skripsi

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

**“Pengaruh *Word Of Mouth* dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Geprek Juara ( Pada Masyarakat Merr Surabaya )”**

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty - Free Right)**, 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 : 22 Juni 2023

Yang Menyatakan,



(Lely Indah Wati)

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini dipersembahkan untuk :

1. Skripsi ini saya persembahkan untuk ibu, ayah, dan adik saya yang senantiasa memberi dukungan kepada saya, mendoakan, serta memberikan saya semangat selama ini.
2. Dosen Pembimbing dan seluruh Dosen Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Teman-teman saya yang selalu memberikan semangat dan dukungan selama perkuliahan berlangsung.

## **MOTTO**

Permata tidak bisa berkilau tanpa gesekan. Begitu juga manusi yang luar biasa tanpa cobaan.

(Lely Indah W.)

Allah mencintai pekerjaan yang apa bekerja ia menyelesaikannya dengan baik.

(HR. Thabrani)



## ABSTRAK

Pesatnya perkembangan industri makanan dan minuman dapat dijumpai dari banyaknya bisnis kuliner yang berkembang di Indonesia, terutama di Surabaya. Salah satu tempat makan yang memiliki keunggulan kompetitif dalam produknya adalah ayam geprek juara. Uniknya walaupun ayam geprek juara hanya melakukan promosi di *Instagram*, konsumen yang mengunjungi dan membeli produknya tetap ramai. Hal ini berarti terdapat faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa signifikan pengaruh *Word Of Mouth* (WOM) dan cita rasa terhadap keputusan pembelian ayam geprek juara. Dalam penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Media yang digunakan yaitu menggunakan media kuisioner sebagai alat *instrument* penelitian, Teknik Analisa menggunakan regresi linier berganda dengan uji hipotesis, yaitu uji R, uji t, uji f. jumlah sampel sebanyak 96 responden dengan menggunakan metode *Purposive Sampling*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Word Of Mouth* dan cita rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ayam geprek juara. Pengaruh *Word Of Mouth* dan cita rasa terhadap keputusan pembelian sebesar 61% variabel tersebut berpengaruh, sisanya sebesar 49% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini. Rekomendasi untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan melakukan penelitian pada faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembeli dan sampel yang berbeda ataupun dengan menggunakan alat uji penelitian yang berbeda.

**Kata Kunci:** *Word Of Mouth*, Cita Rasa, Keputusan Pembelian, Ayam Geprek Juara

## ABSTRACT

The rapid development of the food and beverage industry can be seen in many culinary businesses that are developing in Indonesia, especially in Surabaya. One place to eat that has a competitive advantage in its products is the champion geprek chicken. Uniquely, even though the champion's geprek chicken only carries out promotions on Instagram, consumers who visit and buy its products are still busy. This means that there are other factors that influence consumer purchasing decisions. This study aims to determine how significant the influence of Word Of Mouth (WOM) and taste on purchasing decisions for champion geprek chicken. In this study using a quantitative approach method. The media used are questionnaire media as a research instrument. Technical analysis uses multiple linear regression with hypothesis testing, namely R, t, and f tests. the sample size is 96 respondents using a purposive sampling method. The results of this study indicate that the word of mouth and taste variables have a positive and significant effect on the purchasing decision of champion geprek chicken. The effect of word of mouth and taste on purchasing decisions is 61% of these variables, the remaining 49% is influenced by other factors not used in this study. Recommendations for future researchers are expected to be able to develop this research by conducting research on other factors that can influence buyer decisions and different samples or by using different research testing tools.

Keywords: Word Of Mouth, Taste, Purchase Decision, Champion Geprek Chicken

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Mahakuasa atas limpahan rahmat dan kasih sayang-Nya. Tidak lupa pula shalawat dan salam senantiasa tercurahkan bagi Rasulullah Saw. yang telah membawa manusia dari zaman kegelapan menuju zaman terang benderang. Sehingga diberi kesempatan menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Word Of Mouth* dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Geprek Juara”.

Penulisan skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan program pendidikan Strata-1 Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik universitas 17 Agustus 1945 surabaya. Kelancaran dalam proses pembuatan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, dukungan, saran dan do'a dari berbagai pihak. Maka dari itu penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kelancaran dan kemudahan.
2. Untuk Ibu, ayah, dan adik saya dan seluruh keluarga saya yang senantiasa mendukung saya, mendo'akan dan menyemangati saya selama ini.
3. Bapak Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPA. Selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Ibu Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.M. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945.
5. Ibu Dra. Ni Made Ida Pratiwi, MM. Selaku Kepala program studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
6. Bapak Drs. Agung pujiyanto, MM selaku pembimbing I dan Ibu Dra. Sri Andayani, M.M. selaku pembimbing II yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga, dan pemikirannya untuk memberikan bimbingan kepada penulis selama penyusunan skripsi sehingga terselsaikan dengan baik.
7. Terimakasih kepada pemilik NRP (3210191013) yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan skripsi ini serta memberi semangat kepada saya.
8. Teman-teman seperjuangan selama perkuliahan , dina merlinda sari, Tsany Diana Assyifa, Putri Maria Zulfanah. Semoga kita selalu bisa bersama dan sukses untuk kita semua.
9. Teman-teman kos Sania, Marisa, Dian, Salsa, Yessi yang memberikan semangat selama pengerjaan skripsi.

Terimakasih seluruh pihak yang terkait dan berkepentingan yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi. Penulis menyadari adanya kekurangan selama proses pembuatan skripsi ini berlangsung. Oleh karena itu penulis mengharapakan kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menambah pengetahuan bagi pembaca dan seluruh pihak terkait yang berkepentingan.

## DAFTAR ISI

JUDUL .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN .....	iii
LEMBAR PENGESAHAN .....	vi
PERNYATAAN KEASLIAN .....	vii
PERNYATAAN PUBLIKASI .....	vi
ABSTRAK .....	ix
ABSTRACT.....	x
KATA PENGANTAR .....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Skematik Penelitian.....	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA .....	9
2.1 Tinjauan Pustaka.....	9
2.2 Landasan Teori .....	25
2.3 Definisi Operasional dan Definisi Konsep .....	40
2.4 Definisi Operasional.....	40
2.5 Pola Hubungan Antar Variabel .....	42
2.6 Kerangka Berpikir .....	42
2.7 Hipotesis.....	43
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN .....	45
3.1 Rancangan Penelitian .....	45

3.2 Populasi dan Sampel .....	45
3.2 Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian .....	46
3.4 Jenis Data dan Sumber Data.....	53
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	53
3.6 Teknik Analisis Data .....	54
BAB 4 PENYAJIAN, ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....	59
4.1 Penyajian Data .....	59
4.2 Tabulasi Data .....	64
4.3 Analisis Data .....	84
4.4 Pembahasan.....	93
BAB 5 PENUTUP.....	97
5.1 Kesimpulan .....	97
5.2 Rekomendasi .....	98

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1</b> Statistik Bisnis Kuliner di Indonesia .....	1
<b>Gambar 1.2</b> Perbandingan <i>Word Of Mouth</i> Tahun 2007 vs tahun 2020 .....	4
<b>Gambar 2.2</b> Model Perilaku Konsumen .....	33
<b>Gambar 2.3</b> Model Proses Pengambilan Keputusan .....	38
<b>Gambar 2.4</b> Kerangka Berpikir .....	43
<b>Gambar 4.1</b> Uji Normalitas Model Histogram .....	85
<b>Gambar 4.2</b> Uji Normalitas Data P-Plot .....	86
<b>Gambar 4.3</b> Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	87

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2.1</b> Penelitian Terdahulu .....	9
<b>Tabel 3.1</b> Skala Instrumen .....	47
<b>Tabel 3.2</b> Instrumen Penelitian .....	47
<b>Tabel 4.1</b> Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	60
<b>Tabel 4.2</b> Responden Berdasarkan Usia .....	60
<b>Tabel 4.3</b> Responden Berdasarkan Profesi .....	61
<b>Tabel 4.4</b> Responden Berdasarkan Pendapatan Tiap Bulan.....	61
<b>Tabel 4.5</b> Uji Validitas .....	62
<b>Tabel 4.6</b> Hasil Uji Realibilitas.....	64
<b>Tabel 4.7</b> Interval Rata Rata Skor.....	65
<b>Tabel 4.9</b> Hasil Tabulasi Variabel Cita Rasa .....	72
<b>Tabel 4.11</b> Interval Rata Rata Skor .....	75
<b>Tabel 4.13</b> Hasil Mean Jawaban Responden Variabel Cita Rasa (X2) .....	82
<b>Tabel 4.14</b> Hasil Mean Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y)....	84
<b>Tabel 4.15</b> Uji Linieritas Variabel Word Of Mouth Terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	84
<b>Tabel 4.16</b> Uji Linieritas Variabel Cita Rasa Terhadap Variabel Keputusan Pembelian .....	85
<b>Tabel 4.17</b> Hasil Uji Multikolenieritas .....	86
<b>Tabel 4.18</b> Pengambilan keputusan Durbin-Waston.....	88
<b>Tabel 4.19</b> Hasil Uji Autokorelasi .....	88
<b>Tabel 4.20</b> Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	89
<b>Tabel 4.21</b> Hasil Uji Koefisien Determinasi $R^2$ .....	90
<b>Tabel 4.22</b> Hasil Uji F Simultan .....	93