

PENGARUH CITA RASA, *BRAND IMAGE*, DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA AYAM GEPREK JODHER KA DHANI SUKOLILO SURABAYA

SKRIPSI

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



Oleh :

ARIESKA RYFQY PUTRI PRATAMA

NIM: 1122000057

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2024**

PENGARUH CITA RASA, *BRAND IMAGE*, DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA AYAM GEPREK JODHER KA DHANI SUKOLILO SURABAYA

SKRIPSI

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



Oleh :

ARIESKA RYFQY PUTRI PRATAMA

NIM: 1122000057

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2024**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

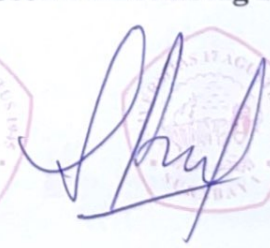
Yang bertanda tangan dibawah ini ,

Nama : Arieska Ryfky Putri Pratama
NIM : 1122000057
Judul Skripsi : Pengaruh Cita Rasa, *Brand Image*, Dan *Word Of Mouth*
Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ayam Geprek
Jodher Ka Dhani Sukolilo Surabaya

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial
Dan Ilmu Politik

Surabaya, 25 Juni 2024
Disetujui Oleh
Dosen Pembimbing I


Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P
NIDN : 0701016301


Dra. Sri Andayani, MM
NIDN : 0009035802

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. Sri Andayani, M.M.**

Ketua

2. **Dra. Awin Mulyati, M.M.**

Anggota

3. **Dra. Diana Juni Mulyati, M.M.**

Anggota

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P

NPP : 20120870103



U N I V E R S I T A S
17 AGUSTUS 1945
S U R A B A Y A

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

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Arieska Ryfqy Putri Pratama
NBI : 1122000057
Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Cita Rasa, *Brand Image*, Dan *Word Of Mouth*
Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ayam Geprek Jodher Ka Dhani Sukolilo
Surabaya.

Menyatakan :

1. Bahwa skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil dari 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 Daftar Pustaka.
3. Apabila di kemudian 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, 25 Juni 2024
Yang Menulis Pernyataan



(Arieska Ryfqy Putri Pratama)



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 PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama	Arieska Ryfqy Putri Pratama
NBI/NPM	1122000057
Fakultas	Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi	Administrasi Niaga
Jenis Karya	Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Nonexclusive Royalty-Free Right*)**, atas karya saya yang berjudul : **“Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek, dan Persepsi Kualitas terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Es Teh Indonesia”** Dengan **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Nonexclusive Royalty-Free Right*)**, Badan Perpustakaan 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformat, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal : 25 Juni 2024

Yang Menulis Pernyataan



(Arieska Ryfqy Putri Pratama)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan Syukur kepada Allah SWT atas Kehadirat-Nya yang telah memberikan Rahmat serta Hidayah-Nya sehingga Penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan baik. Dengan ini penulis mempersembahkan kepada:

1. Bapak Sugeng Dan Ibu Sri Rahayu Ira Puspita selaku Ayah dan Ibu saya.
2. Yang Tercinta Adik saya Fahrazya Aprilla Guntur Pramana Putra.
3. Kepada Mahasiswa Program Studi Teknik Industri Pemilik NIM 1412000121 Aditya Nur Firmansyah.
4. Kepada sahabat tercinta saya Yastin Rina Amellia, Anandita Shafa Maghfiroh, Fathien Na'ilah.
5. Kepada teman saya Latifatul Qulub, Siti Nur Rochma, Anita Eka Pratiwi, dan Rikhza Masfa'ani yang sudah seperti keluarga di dalam kos.
6. Teman-teman seperjuangan S1 Administrasi Bisnis Angkatan 2020 Untag Surabaya, terutama teman-teman kelas A Adbis 2020.
7. Terimakasih untuk diri saya sendiri yang telah berproses dan berjuang sejauh ini. Mampu menyelesaikan perkuliahan ini dengan tepat waktu yaitu 8 Semester/4 tahun.
8. Segenap Civitas akademika Perguruan Tinggi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang saya banggakan.

MOTTO

” Ya Allah permudah urusanku dan tenangkanlah hatiku ”

” Ya Tuhanku, Sesungguhnya aku sangat memerlukan sesuatu kebaikan yang engkau turunkan kepadaku ” [28:24]

” Dan Aku pasrahkan urusanku kepada Allah ”

ABSTRAK

Saat ini salah satu tren kuliner yang sedang berkembang di kalangan remaja adalah makanan pedas. Ayam Geprek merupakan salah satu contoh kuliner yang memperkenalkan konsep pedas. Pada era saat ini, banyak masyarakat yang menyukai berbagai outlet makanan yang nyaman dan menyajikan hidangan pedas dan menarik. Salah satu outlet makanan yang saat ini sedang trend di kalangan masyarakat adalah Ayam Geprek Jodher Ka Dhani Surabaya. Tidak hanya seperti ayam geprek pada umumnya yang disajikan, melainkan terdapat cumi-cumi, jamur krispi, kulit ayam, jamur *enoki*, *odeng* sebagai *topping* pilihan. Tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh Cita Rasa , *Brand Image*, dan *Word Of Mouth* terhadap keputusan pembelian pada Ayam Geprek Jodher Ka Dhani Sukolilo. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan Google Form. Berdasarkan hasil penelitian ini membuktikan bahwa Cita Rasa dan *Word Of Mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Ayam Geprek Jodher Ka Dhani Sukolilo. Sedangkan, *Brand Image* berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Cita Rasa, *Brand Image*, dan *Word Of Mouth* berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Cita Rasa, *Brand image*, *Word Of Mouth*, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Currently, one of the culinary trends that is developing among teenagers is spicy food. Geprek Chicken is an example of a culinary dish that introduces the spicy concept. In today's era, many people prefer various convenient food outlets that serve spicy and interesting dishes. One of the food outlets that is currently trending among the public is Ayam Geprek Jodher Ka Dhani Surabaya. It's not just the usual fried chicken that is served, but there is squid, crispy mushrooms, chicken skin, enoki mushrooms, odeng as optional toppings. The aim of this research is to determine the influence of taste, brand image and word of mouth on purchasing decisions for Ayam Geprek Jodher Ka Dhani Sukolilo. The type of research used is quantitative research. Sampling in this research used non-probability sampling with purposive sampling technique. The number of respondents in this study was 100 respondents. The data collection technique in this research uses Google Form. Based on the results of this research, it proves that taste and word of mouth have a significant influence on purchasing decisions for Ayam Geprek Jodher Ka Dhani Sukolilo. Meanwhile, Brand Image has an influence but is not significant on purchasing decisions. Based on the results of this research, it shows that taste, brand image and word of mouth jointly influence purchasing decisions.

Keywords : *Taste, Brand image, Word Of Mouth, Purchasing Decisions.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “**Pengaruh Cita Rasa, *Brand Image*, dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ayam Geprek Jodher Ka Dhani Sukolilo Surabaya**”. Skripsi ini dibuat dan diajukan untuk melengkapi tugas akademik dan memenuhi syarat mencapai gelar Sarjana Strata-1 Program Studi Administrasi Bisnis di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Selama penelitian dan penyusunan skripsi ini, penulis tidak luput dari kendala. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM, CMA. CPA selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
2. Ibu Dra. Sri Andayani, MM. selaku Dosen Pembimbing yang selama ini mendampingi penulis dari proses awal penyusunan skripsi dengan penuh kesungguhan dan kesabaran dalam meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan saran serta masukan kepada penulis.
3. Bapak Drs. Ute Ch Nasution, MS selaku Dosen Pembimbing yang selama ini mendampingi penulis dari proses awal penyusunan skripsi dengan penuh kesungguhan dan kesabaran dalam meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan saran serta masukan kepada penulis.
4. Para Dosen dan Staf di lingkungan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, khususnya di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Administrasi Bisnis yang telah memberikan berbagai pengetahuan dan informasi yang sangat bermanfaat dalam penyusunan skripsi ini.
5. Cinta Pertama dan sosok yang sangat menginspirasi penulis yaitu Ayahanda Sugeng tercinta. Terimakasih atas setiap tetes keringat yang telah tercurahkan dalam setiap langkah dalam mengemban tanggung jawab sebagai seorang

kepala keluarga yang tiada hentinya memberikan ridho, kasih sayang, perhatian, motivasi, dan fasilitas yang lebih dari cukup serta dukungan dari segi finansial maupun *reward* sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi hingga akhir untuk mendapat gelar Sarjana Administrasi Bisnis. Terimakasih Ayah, Gadis Kecilmu sudah tumbuh besar dan siap melanjutkan mimpi yang lebih tinggi.

6. Pintu Surgaku dan sosok yang penulis jadikan panutan yaitu Ibunda Sri Rahayu Ira Puspita tercinta, terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis. Terimakasih atas setiap semangat, ridho, perhatian, kasih sayang, dan doa demi keberhasilan penulis dalam mengenyam Pendidikan hingga menjadi sarjana. Terimakasih Mama, atas berkat dan ridhomu ternyata anak pertama Perempuan yang selama ini bahunya setegar karang di lautan dan menjadi harapan terbesar, saat ini telah mampu mendapat gelar Sarjana Adminitrasi Bisnis.
7. Yang tersayang dan tercinta adik satu-satunya, Fahrazya Aprilla Guntur Pramana Putra, terimakasih selalu menghibur penulis dengan hal-hal lucu, memberikan semangat serta motivasi, dan *reward* yang sangat berguna selama mengerjakan skripsi ini hingga selesai.
8. Kepada Mahasiswa Program Studi Teknik Industri Pemilik NIM 1412000121 Aditya Nur Firmansyah, Terimakasih setiap waktu yang diluangkan, memberikan dukungan, motivasi, semangat, doa, serta menjadi pendengar yang menemani penulis. Terimakasih atas setiap waktu dan petualangan hebat yang kita lalui bersama selama ini.
9. Kepada sahabat tercinta saya Yastin Rina Amellia, Anandita Shafa Maghfiroh, Fathien Na'ilah, terimakasih telah memberikan dukungan, arahan, semangat penuh, bertukar pikiran, dan kontribusi yang telah diberikan dalam membantu penulis mengerjakan skripsi serta telah mendengarkan keluh kesah penulis selama proses penyusunan skripsi ini.

10. Kepada teman saya Latifatul Qulub, Siti Nur Rochma, Anita Eka Pratiwi, dan Rikhza Masfa'ani yang sudah seperti keluarga di dalam kos. Terimakasih telah memberikan dukungan dan semangat penuh, dan bertukar pikiran dalam membantu proses pengerjaan skripsi serta telah mendengarkan keluh kesah penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
11. Teman-teman seperjuangan S1 Administrasi Bisnis Angkatan 2020 Untag Surabaya, terutama teman-teman kelas A Adbis 2020, terimakasih telah memberikan dukungan, semangat, motivasi, serta pertolongan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
12. Dan yang terakhir, terimakasih untuk diri saya sendiri yang telah berproses dan berjuang sejauh ini. Mampu menyelesaikan perkuliahan ini dengan tepat waktu yaitu 8 Semester/4 tahun. Dan tak pernah terselip sedikitpun kata menyerah/berhenti ditengah Tengah semester kemarin. Sesulit apapun proses perkuliahan dan penyusunan skripsi ini berlangsung dengan menyelesaikan sebaik serta semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan dari diri saya sendiri.

Saya menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari kata kesempurnaan, untuk itu segala kritik dan saran yang digunakan untuk perbaikan dan penyempurnaan pada skripsi ini sangat penulis harapkan. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya serta bagi para pembaca pada umumnya.

Surabaya, 11 Juni 2024

Penulis

Arieska Ryfqy Putri Pratama

DAFTAR ISI

COVER LUAR	i
COVER DALAM.....	ii
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	v
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
MOTTO.....	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG MASALAH.....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH	7
1.3 TUJUAN PENELITIAN	7
1.4 MANFAAT	8
1.5 SISTEMATIKA PENELITIAN.....	8
BAB II.....	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 PENELITIAN TERDAHULU	11
2.2 LANDASAN TEORI	20

2.3 DEFINISI KONSEP DAN DEFINISI OPERASIONAL	37
2.4 POLA HUBUNGAN ANTARA VARIABEL	39
2.5 KERANGKA DASAR PEMIKIRAN	40
2.6 HIPOTESIS	41
BAB III	43
METODOLOGI PENELITIAN	43
3.1 RANCANGAN PENELITIAN	43
3.2 POPULASI DAN SAMPEL	44
3.3 SKALA PENGUKURAN DAN INSTRUMEN PENELITIAN	46
3.4 JENIS DATA DAN SUMBER DATA	49
3.5 TEKNIK PENGUMPULAN DATA	50
3.6 TEKNIK ANALISIS DATA	50
BAB IV	55
PENYAJIAN, ANALISIS, DAN PEMBAHASAN	55
4.1 PENYAJIAN DATA	55
4.2 ANALISIS DATA	82
4.3 PEMBAHASAN	95
BAB VI	99
PENUTUP	99
5.1 KESIMPULAN	99
5.2 REKOMENDASI	100
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN	109

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	11
Tabel 2.2 Definisi Konsep Dan Definisi Operasional	37
Tabel 3. 1 <i>Skala Likert</i>	46
Tabel 3. 2 Kelas Interval	47
Tabel 3. 3 Pedoman Interpretasi Korelasi	52
Tabel 4. 1 Deskripsi Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	57
Tabel 4.3 Responden yang melakukan pembelian di Ayam Geprek Jodher.....	58
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Cita Rasa (X1)	59
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Brand Image (X2).....	59
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Word Of Mouth (X3).....	60
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	60
Tabel 4.8 Hasil Uji Reabilitas	61
Tabel 4.9 Tabulasi Data Variabel Cita Rasa (X1).....	61
Tabel 4.10 Tabulasi Data Variabel Brand Image (X2).....	65
Tabel 4.11 Tabulasi Data Variabel Word Of Mouth (X3).....	68
Tabel 4.12 Tabulasi Data Variabel Keputusan Pembelian (Y)	72
Tabel 4.13 Analisis Rata-rata Tabulasi Per Variabel Cita Rasa	75
Tabel 4.14 Analisis Rata-rata Tabulasi Per Variabel Brand Image	76
Tabel 4. 15 Analisis Rata-rata Tabulasi Per Variabel Word Of Mouth	78
Tabel 4.16 Analisis Rata-rata Tabulasi Per Variabel Keputusan Pembelian.....	80
Tabel 4.17 Hasil Uji One sample t kolmogorov Smirnov.....	83
Tabel 4. 18 Hasil Uji Multikolonieritas.....	85
Tabel 4. 19 Hasil Uji Linieritas Cita Rasa.....	87
Tabel 4. 20 Hasil Uji Linieritas Brand Image	87
Tabel 4. 21 Hasil Uji Linieritas Word Of Mouth.....	88
Tabel 4. 22 Interval Korelasi	88
Tabel 4. 23 Korelasi Cita Rasa	89
Tabel 4. 24 Korelasi Brand Image.....	89
Tabel 4. 25 Korelasi Word Of Mouth.....	89
Tabel 4. 26 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	91
Tabel 4. 27 Hasil Uji Parsial (t).....	93
Tabel 4. 28 Hasil Uji Simultan (f)	94
Tabel 4. 29 Hasil Uji Koefisien Determinan (R ²).....	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Gambar Grafik Perbandingan Memasak Dan Membeli Makanan ...	1
Gambar 1. 2 Cita Rasa.....	4
Gambar 1. 3 Brand Image	5
Gambar 2.1 Kerangka Dasar Pemikiran.....	41
Gambar 4.1 Ayam Geprek Jodher Ka Dhani	56
Gambar 4.2 Hasil Plot	84
Gambar 4.3 Hasil Uji Histogram.....	84
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	86