

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, CITRA RASA DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA BAKSO WONOGIRI H. JUARI
DI JAKARTA TIMUR
(Studi Kasus Pada Bakso Wonogiri Di Wilayah Duren Sawit)**

SKRIPSI

**ARIEF BAGJA WICAKSONO
21160000184**



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2021**

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, CITRA RASA DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA BAKSO WONOGIRI H. JUARI
DI JAKARTA TIMUR
(Studi Kasus Pada Bakso Wonogiri Di Wilayah Duren Sawit)**

SKRIPSI

**ARIEF BAGJA WICAKSONO
21160000184**



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN
PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2021**


PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, CITRA RASA DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA BAKSO WONOGIRI H. JUARI
DI JAKARTA TIMUR
(Studi Kasus Pada Bakso Wonogiri Di Wilayah Duren Sawit)**

Yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari karya ilmiah yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 17 Agustus 2021



ARIEF BAGJA WICAKSONO
NPM 21160000184

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, CITRA RASA DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA BAKSO WONOGIRI H. JUARI
DI JAKARTA TIMUR
(Studi Kasus Pada Bakso Wonogiri Di Wilayah Duren Sawit)**

Dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta. Skripsi ini ditulis di bawah bimbingan Ibu Rutinaias Haholongan, SE, MM dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi pada Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta.

Jakarta, 17 Agustus 2021

Pembimbing,



Rutinaias Haholongan, SE, MM

Kepala Program Studi S-1 Manajemen,



Muhammad Kamaditya, BBA, M.Sc





HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, CITRA RASA DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA BAKSO WONOGIRI H. JUARI
DI JAKARTA TIMUR
(Studi Kasus Pada Bakso Wonogiri Di Wilayah Duren Sawit)**

Telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta pada tanggal 02 September 2021 dengan nilai A

Panitia Ujian Skripsi

1.  : Muhammad Ramaditya, BBA, M.Sc
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2.  : Rutinaias Haholongan, SE, MM
(Pembimbing)
3.  : Lina Noersanti, S.Si, M.Si
(Anggota Penguji)
4.  : Ruland Willy Jack Sumampouw, SE, M.Si
(Anggota Penguji)

KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian, persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

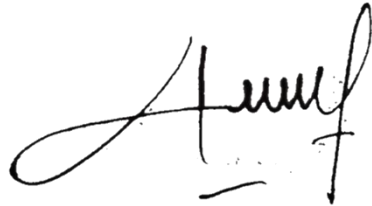
Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dan terselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Ibu Rutinaias Haholongan, SE, MM selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini
2. Ibu Lina Noersanti, S.Si, M.Si dan Bapak Ruland Willy Jack Sumampouw, SE, M.Si selaku Dosen Penguji yang telah meluangkan waktu atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, M.Sc selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
4. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA, M.Sc selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen.
5. Segenap Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang telah memberi bekal ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dan menyelesaikan skripsi ini.
6. Pihak Usaha Bakso Wonogiri H. Juari yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang peneliti perlukan.
7. Kedua orang tua yang tak pernah putus memberikan doa, selalu memberikan semangat tiada henti dan dukungan yang membangkitkan saya untuk terus berjuang.

8. Untuk semua sahabatku terima kasih untuk dukungan, saran dan selalu memberi semangat dalam proses penyelesaian skripsi ini.
9. Seluruh teman-teman STEI program Strata-1 Manajemen angkatan 2016 terima kasih untuk momen kebersamaan terbaik selama di STEI.
10. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan/kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan skripsi ini.

Jakarta, 17 Agustus 2021



ARIEF BAGJA WICAKSONO

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu	7
2.2. Landasan Teori	11
2.2.1. Word Of Mouth	11

2.2.1.1. Indikator Variabel Word Of Mouth	12
2.2.2. Citra Rasa	13
2.2.2.1. Indikator Variabel Citra Rasa	14
2.2.3. Harga	15
2.2.3.1. Indikator Variabel Harga	16
2.2.4. Keputusan Pembelian	17
2.2.4.1. Indikator-Indikator Keputusan Pembelian	19
2.3. Keterkaitan Antar Variabel Penelitian	20
2.3.1. Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian	20
2.3.2. Pengaruh Citra Rasa Terhadap Keputusan Pembelian	21
2.3.3. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	21
2.3.4. Pengaruh X_1 , X_2 , X_3 Terhadap Keputusan Pembelian	22
2.4. Pengembangan Hipotesis Penelitian	22
2.5. Uraian Konseptual Tentang Variabel	22
BAB III PROSEDUR PENELITIAN	24
3.1. Strategi Penelitian	24
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian	24
3.2.1. Populasi penelitian	24
3.2.2. Sampel penelitian	25
3.3. Metode Pengumpulan Data	26
3.4. Operasional Variabel	27
3.5. Metode Analisis Data	29
3.5.1. Uji Validitas	30
3.5.2. Uji reliabilitas	31

3.6. Analisis Statistik Data	32
3.6.1. Analisis Koefisien Determinasi	32
3.6.1.1. Koefisien Determinasi Parsial	33
3.6.1.2. Koefisien Determinasi Berganda	33
3.6.2. Pengujian Hipotesis	33
3.6.2.1. Pengujian Hipotesis Secara Parsial	33
3.6.2.2. Pengujian Hipotesis Secara Simultan	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	36
4.1. Deskripsi Objek Penelitian	36
4.2. Deskripsi Responden	37
4.3. Deskripsi Data	38
4.4. Metoda Analisis Data	41
4.4.1. Uji Validitas	41
4.4.2. Uji Reliabilitas	43
4.5. Analisis Statistik Data	45
4.5.1. Analisis Korelasi Koefisien Parsial	45
4.5.2. Analisis Korelasi Koefisien Berganda	47
4.5.3. Pengujian Hipotesis	48
4.6. Temuan Hasil Penelitian	51
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	55
5.1. Simpulan	55
5.2. Saran	55

5.3. Keterbatasan Penelitian	56
------------------------------------	----

DAFTAR REFERENSI	57
-------------------------------	-----------

LAMPIRAN	59
-----------------------	-----------

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Indikator Variabel X_1 , X_2 , X_3 Dan Y	28
Tabel 3.2. Pemberian Skor Pada Jawaban Kuesioner	29
Tabel 3.3. Koefisien Spearman	32
Tabel 4.1. Data Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	37
Tabel 4.2. Data Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
Tabel 4.3. Data Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	38
Tabel 4.4. Validitas Variabel X_1	41
Tabel 4.5. Validitas Variabel X_2	42
Tabel 4.6. Validitas Variabel X_3	42
Tabel 4.7. Validitas Variabel Y	43
Tabel 4.8. Reliabilitas Variabel X_1 , X_2 , X_3 Dan Y	44

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Data Penjualan Bakso Wonogiri H. Juari	2
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran	23
Gambar 4.1. Diagram Skala Likert Variabel X_1	39
Gambar 4.2. Diagram Skala Likert Variabel X_2	39
Gambar 4.3. Diagram Skala Likert Variabel X_3	40
Gambar 4.4. Diagram Skala Likert Variabel Y	41

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	59
Lampiran 2. Rekapitulasi Jawaban Responden X_1	63
Lampiran 3. Rekapitulasi Jawaban Responden X_2	64
Lampiran 4. Rekapitulasi Jawaban Responden X_3	65
Lampiran 5. Rekapitulasi Jawaban Responden Y	66
Lampiran 6. Tabulasi Skor Variabel X_1	67
Lampiran 7. Tabulasi Skor Variabel X_2	70
Lampiran 8. Tabulasi Skor Variabel X_3	73
Lampiran 9. Tabulasi Skor Variabel Y	76
Lampiran 10. Tabulasi Skor Variabel X_1 , X_2 , X_3 Dan Y	79
Lampiran 11. Distribusi Nilai r tabel Signifikansi 5% Dan 1%	82
Lampiran 12. Hasil Uji Validitas Variabel X_1	83
Lampiran 13. Hasil Uji Validitas Variabel X_2	84
Lampiran 14. Hasil Uji Validitas Variabel X_3	85
Lampiran 15. Hasil Uji Validitas Variabel Y	86
Lampiran 16. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X_1	87
Lampiran 17. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X_2	88
Lampiran 18. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X_3	89

Lampiran 19.	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y	90
Lampiran 20.	Hasil Pengolahan Data Perhitungan Nilai Koefisien Korelasi Parsial	91
Lampiran 21.	Hasil Pengolahan Data Perhitungan Nilai Koefisien Korelasi Berganda	92
Lampiran 22.	Surat Riset	93
Lampiran 23.	Daftar Riwayat Hidup Peneliti	94

Arief Bagja Wicaksono
NPM 21160000184
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing:
Rutinaias Haholongan, SE, MM

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, CITRA RASA DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA BAKSO WONOGIRI H. JUARI
DI JAKARTA TIMUR
(Studi Kasus Pada Bakso Wonogiri Di Wilayah Duren Sawit)**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *word of mouth*, citra rasa dan harga terhadap keputusan pembelian pada Bakso Wonogiri H. Juari. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survei. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang pernah melakukan pembelian pada Bakso Wonogiri H. Juari. Sampel dalam penelitian ini adalah 96 responden.

Metode analisis data yang digunakan adalah analisis statistik data deskriptif dan analisis jawaban responden. Metode analisis statistik dapat dipilih dan disesuaikan dengan tujuan penelitian. Perhitungan menggunakan program SPSS versi 22.00 dengan koefisien determinasi dan pengujian hipotesis (uji t dan uji F).

Hasil penelitian uji t menunjukkan bahwa variabel *Word Of Mouth* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Variabel Citra Rasa tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Variabel Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Hasil penelitian uji F menunjukkan bahwa variabel *Word Of Mouth*, Citra Rasa dan Harga berpengaruh secara bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: Word Of Mouth, Citra Rasa, Harga, Keputusan Pembelian

Arief Bagja Wicaksono
NPM 21160000184
Study Program S-1 Manajement

Advisor:
Rutinaias Haholongan, SE, MM

***THE INFLUENCE WORD OF MOUTH, TASTE IMAGE AND
PRICE TO PURCHASE DECISION ON
BAKSO WONOGIRI H. JUARI
(Case Study On Bakso Wonogiri In The Region Duren Sawit)***

ABSTRACT

This study aims to determine The Influence Word Of Mouth, Taste Image and Price to Purchase Decision on Bakso Wonogiri H. Juari. The method used in this research is survey research. The population in this research is all consumer of Bakso Wonogiri H. Juari. The sample in this research is 96 respondent.

The data analysis method used is statistical analysis of descriptive data and analysis of respondents answers. Statistical analysis methods can be selected and tailored to the objectives of the study. Calculation using SPSS versi 22.00 with coefficient of determination and hypothesis testing (t-test and F-test).

The results of the t-test that variable Word Of Mouth there is a influence to Purchase Decision. The variable Taste Image there is a no influence to Purchase Decision. The variable Price there is a influence to Purchase Decision. The results of the F-test research that variable Word Of Mouth , Taste Image and Price there is a influence to Purchase Decision.

Keywords: Word Of Mouth, Taste Image, Price, Purchase Decision