

SKRIPSI



**PENGARUH *WORD OF MOUTH* (WOM) DAN CITA
RASA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PADA TOKO ROTI DI KUDUS**

Oleh :

YUNITA LESTARI
NIM 2019-11-108

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2023**

SKRIPSI



**PENGARUH *WORD OF MOUTH* (WOM) DAN CITA
RASA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PADA TOKO ROTI DI KUDUS**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus

Oleh :

YUNITA LESTARI
NIM 2019-11-108

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2023**

**PENGARUH *WORD OF MOUTH* (WOM) DAN CITA RASA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING PADA TOKO ROTI DI KUDUS**


Nama : Yunita Lestari
Nim : 201911108
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Tanggal,

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

 22/7/2023

Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M.
NIDN. 0024037701

Pembimbing I

 22/7

Dina Lusianti, S.E., M.M., A.A.K
NIDN. 0630098401


Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis




Dr. Kertati Sumekar, SE., M.M.
NIDN. 0630098401

Pembimbing II

 22/7/23

Etni Marlina, S.E., M.GES
NIDN. 0602079002

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH *WORD OF MOUTH* (WOM) DAN CITA RASA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA TOKO ROTI DI KUDUS

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Tanggal,

Pembimbing I



Dina Lusianti, S.E., M.M., A.A.K
NIDN. 0630098401

Pembimbing II



Etni Marlina, S.E., M.GES
NIDN. 0602079002

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen



Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M
NIDN. 0024037701

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Bekerjalah kamu, maka Allah akan melihat pekerjaanmu, begitu juga Rasul-Nya dan orang-orang mukmin, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui yang gaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan.” QS At-Taubah: 105.

Persembahan :

1. Orang tua yang tercinta
2. Sahabat tersayang
3. Teman angkatan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muria Kudus tahun 2019

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat, hidayah dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Word Of Mouth* (WOM) dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Toko Roti Di Kudus”**. Skripsi menjadi salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan kuliah Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus. Dalam proses penyelesaian skripsi ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak, sehingga penulis sangat berterimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si, selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, SE., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Noor Indah Rahmawati, SE, MM., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Dina Lusianti, S.E., M.M., A.A.K sebagai Dosen Pembimbing I yang bersedia membimbing dan mengarahkan peneliti dengan penuh kesabaran mulai dari penyusunan hingga selesainya skripsi ini.
5. Etni Marliana, S.E., M.GES selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan pikiran untuk membimbing penulis hingga skripsi selesai.
6. Segenap dosen maupun staff karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus atas ilmu dan bantuan pelayanan.

7. Kedua orang tuaku yang telah memberikan do'a, dukungan, dan semangat baik moral, material maupun spiritual.
8. Sahabat-sahabatku yang telah menemani, menyemangati, dan mendengarkan keluh kesahku serta membantuku.
9. Para responden yang telah membantu penelitian ini dengan meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulisan skripsi ini masih belum sempurna, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak.

Tanggal,.....

Penulis,



Yunita Lestari

NIM. 2019-11-108

ABSTRAK

PENGARUH *WORD OF MOUTH* (WOM) DAN CITA RASA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA TOKO ROTI DI KUDUS

YUNITA LESTARI
NIM. 2019-11-108

Dosen Pembimbing : 1. Dina Lusianti, S.E., M.M., A.A.K
2. Etni Marliana, S.E., M. G.ES

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *word of mouth* dan cita rasa terhadap minat beli dan keputusan pembelian pada toko roti di Kudus. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *theory of planned behaviour*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, dengan jenis penelitian *explanatory research*. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yang terdiri dari 125 responden. Analisis data yang digunakan adalah SEM yang dioperasikan melalui program AMOS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *word of mouth* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat beli dan keputusan pembelian, cita rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dan keputusan pembelian, dan minat beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian serta minat beli tidak dapat menjadi variabel intervening pada pengaruh *word of mouth* dan cita rasa terhadap keputusan pembelian. Luaran penelitian ini berupa artikel ilmiah yang telah terbit di BULLET : Jurnal Multidisiplin Ilmu volume 2 nomer 3.

Kata kunci: *word of mouth*, cita rasa, minat beli, keputusan pembelian

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF WORD OF MOUTH (WOM) AND TASTE ON PURCHASING DECISIONS THROUGH BUYING INTEREST AS AN INTERVENING AT BAKERY IN KUDUS

YUNITA LESTARI
NIM. 2019-11-108

Dosen Pembimbing : 1. Dina Lusianti, S.E., M.M., A.A.K
2. Etni Marliana, S.E., M. G.ES

UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS STUDY OF MANAGEMENT

*This study aims to analyze the effect of word of mouth and taste on buying interest and purchase decisions at bakery in Kudus. The theory used in this research is the theory of planned behavior. The method used in this research is quantitative, with explanatory research as the type of research. Sampling is the research used a purposive sampling technique consisting of 125 respondents. The data analysis used is SEM which is operated through the AMOS program. The results of this study indicate that word of mouth has a positive and insignificant effect on buying interest and purchase decisions, taste has a positive and significant effect on buying interest and purchase decisions, and buying interest has a positive and significant on purchase decisions, as well as buying interest can't be an intervening variable on the influence of word of mouth and taste on purchase decisions. The output of this research is in the form of scientific articles that have been published in *BULLET: Journal of Multidisciplinary Science* volume 2 number 3.*

Keyword: word of mouth, taste, buying interest, purchase decisions

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK.....	viii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Ruang Lingkup	7
1.3 Perumusan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II.....	11
2.1 <i>Theory of Planned Behavior</i>	11
2.2 Perilaku Konsumen	12
2.3 Keputusan Pembelian	15
2.4 Minat Beli.....	19

2.5	<i>Word Of Mouth (WOM)</i>	22
2.6	Cita Rasa.....	25
2.7	Pengaruh Antar Variabel.....	27
2.8	Penelitian Terdahulu.....	31
2.9	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	34
2.10	Hipotesis.....	35
BAB III.....		36
3.1	Rancangan Penelitian.....	36
3.2	Variabel Penelitian.....	36
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	39
3.4	Populasi dan Sampel.....	40
3.5	Pengumpulan Data.....	41
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	42
3.7	Pengolahan Data.....	43
3.8	Analisis Data.....	44
BAB IV.....		53
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	53
4.2	Penyajian Data.....	54
4.3	Analisis Data.....	61
4.4	Pembahasan.....	82
BAB V.....		87
5.1	Kesimpulan.....	87
5.2	Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA.....		90
LAMPIRAN - LAMPIRAN.....		96

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Konsumsi Roti di Indonesia Tahun 2018-2021.....	2
Tabel 1.2 Rata-Rata <i>Rating</i> Toko Roti di Kabupaten Kudus Tahun 2019-2022	3
Tabel 4.1 Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4.2 Pengelompokan Responden Berdasarkan Usia.....	56
Tabel 4.3 Pengelompokan Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	56
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Variabel <i>Word Of Mouth</i>	58
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Variabel Cita Rasa	59
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel Minat Beli	60
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	61
Tabel 4.8 Uji <i>Convergent Validity</i> Sebelum Perbaikan	62
Tabel 4.9 Uji <i>Convergent Validity</i> Setelah Perbaikan	63
Tabel 4.10 Uji <i>Variance Extracted</i> (AVE) dan <i>Discriminat Validity</i>	64
Tabel 4.11 Uji <i>Construct Reliability</i> (CR).....	65
Tabel 4.12 Uji Normalitas Data	66
Tabel 4.13 Mahalanobis d-squared	67
Tabel 4.14 <i>Standartdized Regression Weights</i> Variabel Eksogen Sebelum Perbaikan.....	69
Tabel 4.15 <i>Standartdized Regression Weights</i> Variabel Eksogen Setelah Perbaikan.....	70
Tabel 4.16 <i>Standartdized Regression Weights</i> Variabel Endogen Sebelum Perbaikan.....	72
Tabel 4.17 <i>Standardized Regression Weights</i> Variabel Endogen Setelah Perbaikan.....	73
Tabel 4.18 Evaluasi <i>Goodness Of Fit Full Model SEM</i>	75
Tabel 4.19 <i>Standardized Regression Weights</i>	75
Tabel 4.20 Nilai <i>Squared Multiple Correlation</i>	76
Tabel 4.21 <i>Regression Weights</i>	77
Tabel 4.22 Hasil Pengujian Hipotesis	77
Tabel 4.23 Pengaruh Langsung Variabel Laten.....	80

Tabel 4.24 Pengaruh Tidak Langsung Variabel Laten..... 80

Tabel 4.25 Pengaruh Total Variabel Laten 81



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual <i>Theory Of Planned Behavior</i>	12
Gambar 2.2 Kerangka Pikir Teoritis	34
Gambar 4.1 Analisis Konfirmatori Eksogen Sebelum Perbaikan Model	68
Gambar 4.2 Pengujian Konfirmatori Eksogen Setelah Perbaikan Model.....	70
Gambar 4.3 Pengujian Konfirmatori Endogen Sebelum Perbaikan Model	71
Gambar 4.4 Pengujian Konfirmatori Endogen Setelah Perbaikan Model	72
Gambar 4.5 Analisis <i>Full Variabel</i> Eksogen dan Endogen.....	73
Gambar 4.6 Pengujian Konfirmatori <i>Full Model</i> SEM	74

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Lembar Kuesioner	96
Lampiran 2 Data Hasil Kuesioner Responden.....	104
Lampiran 3 Uji Validitas Dan Reliabilitas.....	109
Lampiran 4 Hasil Analisis	109

