

HALAMAN MOTTO

“Selesaikan lah sesuatu yang sudah kamu mulai”



HALAMAN PERSEMBAHAN

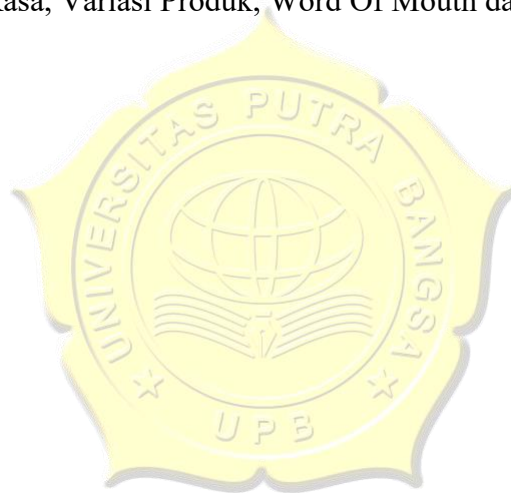
Dengan segala rasa puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, dan juga motivasi dari kedua orang tua serta teman saya, akhirnya tugas terakhir saya sebagai mahasiswa telah selesai,, maka dari itu tugas skripsi penelitian ini saya persembahkan kepada :

1. Yang pertama dan utama skripsi ini saya persembahkan kepada orang tua saya yang telah merawat saya dari kecil hingga besar , terutama ibu tercinta yang selalu memberi semangat kepada saya, semoga Alloh SWT selalu meberikan nikmat sehat agar kelak bisa melihat anakmu sukses.
2. Yang kedua skripsi ini saya persembahkan kepada bapak saya, yang sudah rela bekerja mati matian hingga larut malam untuk membianyai sekolah saya, terimakasih ayah, semoga Allah SWT selalu memberikan nikmat sehat kepada mu ayah sampai anakmu sukses ini.
3. Yang ketiga skripsi ini saya persembahkan kepada teman dekat saya yaitu Ziyah Zahra Nabilah yang sudah selalu meberikan semangat kepada saya, semoga Allah SWT selalu memberikan nikmat sehat kepada mu sampai aku sukses ini.
4. Yang ke empat skripsi ini saya persembahkan kepada teman saya yang bukan dan tidak lain Ahmad Muhaimin yang sudah selalu memotivasi saya sehingga saya bisa menyelesaikan tugas skripsi ini, semoga Allah SWT selalu memberikan nikmat sehat kepada mu.
5. Yang ke empat skripsi ini saya persembahkan Para Guru dan Dosen saya yang sudah meberikan ilmu serta memotivasi saya tentang banyaknya belajar tentang ilmu pengetahuan, semoga Allah SWT selalu memberikan nikmat sehat kepada mu.

ABSTRAKSI

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menguji serta melihat fenomena nyata di lapangan tentang Pengaruh Cita Rasa, Variasi Produk, Word Of Mouth dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di UMKM Raja Bolen & Cake di Kebumen. Dalam tahap pengumpulan data untuk penelitian ini dilakukan menggunakan kuesioner dengan menggunakan skala likert, dengan banyak responden 100 responden yang sudah pernah membeli produk bolen di UMKM ini. Teknik analisis data yang digunakan yaitu menggunakan analisis *Spss versi for Windows*. Teknik analisis data yang digunakan yaitu Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Normalitas, Uji Heteroskedastisitas, Uji Multikolinearitas, Uji Simultan, dan Koefisien Determinasi. Hasil Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa Cita Rasa, Variasi produk, Kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan simultan terhadap keputusan pembelian di UMKM Raja Bolen & Cake di Kebumen.

Kata Kunci ; Cita Rasa, Variasi Produk, Word Of Mouth dan Kualitas Pelayanan.



KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya kepada saya sehingga saya bisa menyelesaikan penyusunan tugas akhir dan penelitian ini yang berjudul “Pengaruh Cita Rasa, Variasi Produk, Word Of Mouth dan Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian di UMKM Raja Bolen & Cake di Kebumen dengan baik serta berjalan tepat waktu.

Penelitian ini tidak terlepas dari adanya bantuan bimbingan dari pembimbing dan teman serta keluarga saya yang selalu memberikan saran dan motivasi, maka dari itu pada kesempatan ini saya mengucapkan terimakasih kepada yang terhormat :

1. Ibu Dewi Noor Susanti. ST.M.M selaku dosen pembimbing yang membimbing saya dan memberikan masukan serta saran kepada saya
2. Bapak dan Ibu dosen serta staff Universitas Putra Bangsa
3. Pemilik UMKM Raja Bolen & Cake yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian.
4. Pegawai UMKM Raja Bolen yang telah memberikan masukan dan memberikan informasi tentang produk Bolen
5. Konsumen Raja Bolen Yang telah bersedia mengisi koesioner penelitian ini.
6. Teman seperjuangan yang telah memberikan semangat kepada saya dan selalu memotivasi saya

Penulis berharap semoga penelitian ini bisa bermanfaat bagi penulis serta bagi pemilik umkm dan bagi pembaca

Kebumen, 25 juli 2026

Penulis

Abil Yasar Hakim

225504989

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iii
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAKSI	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	11
1.3. Batasan Masalah	12
1.4. Tujuan Penelitian	15
1.5. Manfaat Penelitian	16
BAB II.....	17
KAJIAN PUSTAKA.....	17
2.1. Tinjauan Teori.....	17
2.1.1. Keputusan Pembelian.....	17

2.1.2.	Cita Rasa	20
2.1.3.	Variasi Produk	22
2.1.4.	<i>Word Of Mouth</i>	24
2.1.5.	Kualitas Pelayanan.....	25
2.2.	Penelitian Terdahulu	26
2.3.	Hubungan Antar Variabel	33
2.4.	Model Empiris	36
2.5.	Hipotesis	37
BAB III		39
METODE PENELITIAN		39
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian.....	39
3.1.1	Objek Penelitian.....	39
3.1.2	Subjek Penelitian.....	39
3.2.	Variabel Penelitian.....	39
3.3.	Definisi Operasional Variabel.....	40
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data	43
3.5.	Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.6.	Populasi dan Sampel	46
3.7.	Teknik Analisis	49
3.7.1.	Analisis Deskriptif	49
3.7.2.	Analisis Statistik	49
3.8.	Alat Analisis Data	49
3.8.1.	Uji Instrumen Validasi dan Reliabilitas	50
3.8.2.	Uji Asumsi Klasik.....	51
3.8.3.	Analisis Regresi Berganda.....	53
3.8.4.	Uji Hipotesis	54

BAB IV	58
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	58
4.1. Analisis Deskriptif	58
4.2. Analisis Statistik	62
4.3. Pembahasan.....	77
BAB V.....	83
SIMPULAN	83
5.1. Simpulan	83
5.2. Keterbatasan.....	84
5.3. Implikasi	85
5.3.1 Implikasi Praktis	85
5.3.2 Implikasi Teoritis.....	87
Daftar Pustaka	91
LAMPIRAN.....	94



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Perkembangan UMKM di Indonesia.....	3
Tabel 1. 2 Data Perkembangan UMKM di Kabupaten Kebumen	4
Tabel 1. 3 Data Perkembangan UMKM Makanan di Kabupaten Kebumen.....	5
Tabel 1. 4 Tingkat Penjualan dari UMKM “Raja Bolen & Cake” Tahun 2025	6
Tabel 1. 5 Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian Bolen	7
Tabel II. 1 Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel III. 1 Distribusi Indikator Keputusan Pembelian (Y) Pada Kuesioner	41
Tabel III. 2 Distribusi Indikator Cita Rasa (X1) Pada Kuesioner	41
Tabel III. 3 Distribusi Indikator Variasi Produk (X2) Pada Kuesioner	42
Tabel III. 4 Distribusi Indikator Word Of Mouth (X3) Pada Kuesioner	42
Tabel III. 5 Distribusi Indikator Kualitas pelayanan (X4) Pada Kuesioner	43
Tabel III. 6 Skala Likert	44
Tabel IV 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat	59
Tabel IV 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel IV 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
Tabel IV 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	61
Tabel IV 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	62
Tabel IV 6 Hasil Uji Validitas Variabel Cita Rasa	63
Tabel IV 7 Hasil Uji Validitas Variabel Cita Rasa	64
Tabel IV 8 Hasil Uji Validitas Word Of Mouth	64
Tabel IV 9 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan.....	65
Tabel IV 10 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	65
Tabel IV 11 Hasil Uji Realiabilitas	66
Tabel IV 12 Hasil Uji Normalitas	68
Tabel IV 13 Hasil Uji Multikolinieritas	69
Tabel IV 14 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	71
Tabel IV 15 Hasil Uji Parsial (Uji t)	74
Tabel IV 16 Hasil Uji Simultan (UjiF)	76

Tabel IV 17 Hasil Uji Determinasi (Uji R2).....	77
---	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar IV- 1 Hasil Uji Normalitas	68
Gambar IV- 2 Hasil Uji Heterokedastisitas	70



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pengantar Koesinoner.....	94
Lampiran 2 Koesiner Penelitian.....	95
Lampiran 3 Data Responden.....	99
Lampiran 4 Tabulasi Data Jawaban Responden	102
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas	111
Lampiran 6 Hasi Uji Realiabilitas.....	114
Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	115
Lampiran 8 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	117
Lampiran 9 Hasil Uji Hipotesis	118
Lampiran 10 Tabel r.....	119
Lampiran 11 Tabel t.....	123
Lampiran 12 Tabel F	126

