

HALAMAN MOTTO

“Tidak ada mimpi yang terlalu tinggi dan tidak ada mimpi yang patut
Diremehkan. Lambungkan setinggi yang kau inginkan dan gapailah dengan
selayaknya yang kau harapkan”

(Maudy Ayunda)

“Perang telah usai, aku bisa pulang Kubaringkan panah dan berteriak

MENANG!!!

(Nadin Amizah)

“Saya belajar bahwa pulang bukan hanya tentang kembali, tetapi juga tentang
membawa cerita perjuangan yang layak dibanggakan.”

(Palembang – Kebumen).

(Miranda)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua saya tercinta Ibu Minarni dan Ayah M.Fitra, terima kasih atas setiap doa yang tak pernah terputus, kasih sayang yang tak terhingga, serta perjuangan yang menjadi alasan saya untuk terus melangkah dan tidak menyerah.
2. Kakak laki-laki saya Oka Pratama Putra dan Ayuk Ipar Tara Mustika, terima kasih atas dukungan, nasihat, dan kebersamaan yang selalu menguatkan di setiap proses perjalanan ini.
3. Adik saya Zaky Ramadhan terima kasih atas keceriaan dan doa sederhana yang menjadi penyemangat di setiap lelah. Dan Untuk Keponakan tersayang M.Dello Adentera dan M.Rayyanza Alfatih senyum dan tawamu menjadi pengingat bahwa kebahagiaan selalu hadir dalam hal-hal sederhana.

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of taste, location, and word of mouth on purchasing decisions for Mie Kiro in Kebumen. The sample data for this study consisted of 100 consumers purchasing Mie Kiro in Kebumen. The data collection instrument used was a questionnaire. The data analysis tool used in this study was multiple linear regression analysis. The data analysis techniques included qualitative and quantitative analysis, including validity tests, reliability tests, t-tests, F-tests, and multiple linear regression analysis. The data were analyzed using SPSS Release 25 for Windows. The analysis confirmed the first hypothesis, which states that taste partially influences purchasing decisions. The second hypothesis, which states that location partially influences purchasing decisions. The third hypothesis, which states that word of mouth partially influences purchasing decisions. The fourth hypothesis, which states that taste, location, and word of mouth simultaneously influence purchasing decisions.

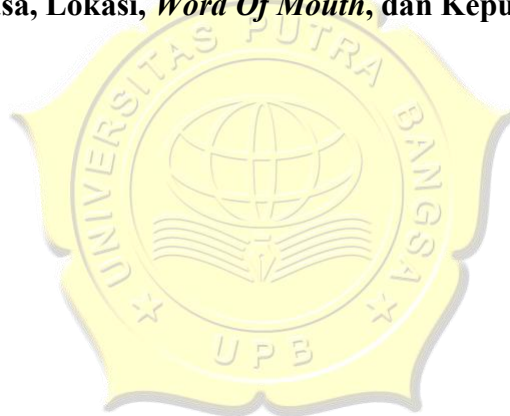
Keywords: Taste, Location, Word of Mouth, and Purchasing Decisions.



ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh cita rasa, Lokasi, word of mouth terhadap keputusan pembelian Mie Kiro di Kebumen. Data sampel yang diambil pada penelitian ini yaitu konsumen yang melakukan pembelian mie Kiro di Kebumen yang berjumlah 100 sebagai responden. Instrumen atau alat pengumpulan data pada penelitian ini adalah menggunakan angket/kuesioner. Alat analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan analisis regresi linier berganda. Teknik analisis data yang digunakan antara lain analisis kualitatif dan analisis kuantitatif yang terdiri dari uji validitas, uji reliabilitas, uji t, uji F, analisis regresi linier berganda. Data dianalisis dengan bantuan *program SPSS Release 25 for Windows*. Hasil analisis membuktikan bahwa hipotesis pertama bahwa cita rasa secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil hipotesis ke dua bahwa Lokasi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil pembuktian hipotesis ketiga bahwa *word of mouth* secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil hipotesis keempat cita rasa, lokasi, dan *word of mouth* secara simultan mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Cita Rasa, Lokasi, *Word Of Mouth*, dan Keputusan Pembelian.



KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang senantiasa melimpahkan rahmat, petunjuk dan karunia-Nya, sehingga dengan penolong-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Cita Rasa, lokasi, dan *Word Of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Mie Kiro Kebumen”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa.

Skripsi ini merupakan salah satu tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan ilmu yang didapat dibangku kuliah dengan kehidupan nyata khususnya dalam bidang ilmiah. Penulis telah menyusun skripsi ini dengan segenap kemampuan yang ada, menggunakan analisis berdasarkan teori serta bantuan beberapa literatur. Namun penulis sadar bahwa dalam penulisan skripsi ini tentulah masih banyak sekali kekurangan yang perlu diperbaiki, itu semua dikarenakan masih dangkalnya ilmu pengetahuan yang ada pada diri penulis dan oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan dengan perbaikan karya penulis dimasa yang akan datang.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang selalu memberikan bantuan baik fisik maupun motivasi dan dorongan dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Dr. Gunarso Wiwoho, S.E., M.M. sebagai Rektor Universitas Putra Bangsa Kebumen.
2. Bapak Parmin, S.E.,M.M., sebagai Kaprodi Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen sekaligus sebagai dosen pembimbing.
3. Ibu Dewi Noor Susanti, S.T., M.M., sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan skripsi dengan baik.
4. Segenap dosen dan civitas Akademika UPB Kebumen yang telah membantu dalam menyusun skripsi ini.
5. Teman-teman seperjuangan, terima kasih atas kebersamaan, dukungan, dan cerita yang telah kita lalui bersama
6. Seluruh karyawan, dan konsumen Mie Kiro Kebumen yang telah bersedia meluangkan waktunya.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang baik kepada semua pihak yang telah membnatu dan mendukung penulis. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Kebumen, Juni 2026

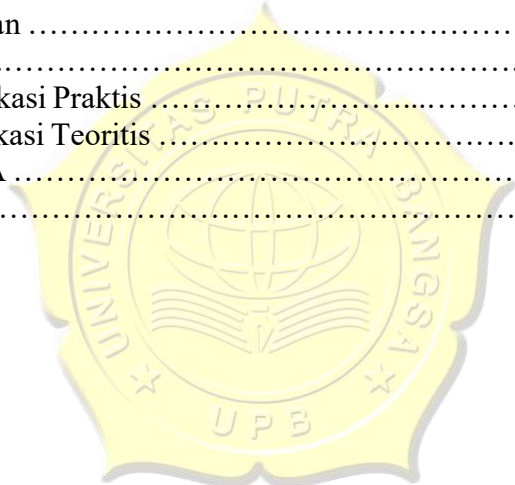
Penulis,

Miranda Dwi Nengsi

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PLAGARISME	iv
HALAMAN MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Batasan Masalah	11
1.4 Tujuan Masalah	14
1.5 Manfaat Penelitian	14
1.5.1 Manfaat Teoritis	14
1.5.2 Manfaat Praktis	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA	16
2.1 Tinjauan Teori	16
2.1.1 Keputusan Pembelian	16
2.1.2 Cita Rasa	24
2.1.3 Lokasi	28
2.1.4 <i>Word Of Mouth</i>	31
2.2 Penelitian Terdahulu	34
2.3 Hubungan Antar Variabel	43
2.4 Konseptual	45
2.5 Hipotesis	46
BAB III MOTODE PENELITIAN	47
3.1 Objek dan Subyek Penelitian	47
3.1.1 Objek Penelitian	47
3.1.2 Subyek Penelitian	47
3.2 Variabel Penelitian	47
3.3 Definisi Operasional Variabel	49
3.4 Instrumen atau Alat Pengumpulan Data	51
3.5 Populasi dan Sampel Penelitian	55
3.6 Teknik Analisis	57
3.7 Alat Analisis	58
3.8 Pengujian Hipotesis	64
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	67
4.1 Analisis Deskriptif	69

4.1.1 Mie Kiro	69
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	69
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	70
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	70
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan	71
4.2 Analisis Statistik	
4.2.1 Uji Validitas	71
4.2.2 Uji Reliabilitas	72
4.2.3 Asumsi Klasik	73
4.2.4 Analisis Regresi Linier Berganda	75
4.3 Uji Hipotesis	77
4.4 Pembahasan	79
BAB V SIMPULAN	81
5.1 Simpulan	84
5.2 Keterbatasan	89
5.3 Implikasi	89
5.3.1 Implikasi Praktis	89
5.3.2 Implikasi Teoritis	90
DAFTAR PUSTAKA	91
KUESIONER	91



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I-1 Data Penjualan 4 Bulan Terakhir	5
Tabel I-2 Hasil Observasi Mie Kiro	6
Tabel II-1 Hasil-hasil Ringkasan Penelitian Terdahulu	41
Tabel III-1 Indikator Keputusan Pembelian pada Kuesioner	49
Tabel III-2 Indikator Cita Rasa pada Kuesioner	50
Tabel III-3 Indikator Lokasi pada Kuesioner	50
Tabel III-4 Indikator <i>Word Of Mouth</i> pada Kuesioner	51
Tabel IV-1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	70
Tabel IV-2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	70
Tabel IV-3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan	71
Tabel IV-4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan ...	72
Tabel IV-5 Hasil Uji Validitas Variabel Cita Rasa	73
Tabel IV-6 Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi	74
Tabel IV-7 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Word Of Mouth</i>	74
Tabel IV-8 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	75
Tabel IV-9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian	76
Tabel IV-10 Hasil Uji Multikolinieritas	77
Tabel IV-11 Hasil Regresi Linier Berganda	79
Tabel IV-12 Hasil Uji Hipotesis	81
Tabel IV-13 Hasil Regresi Uji Simultan	83
Tabel IV-14 Hasil Regresi Koefisien Determinasi	83

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2-1 Model Empiris	46
Gambar IV-1 Uji Heterokedastisitas	78
Gambar IV-2 Uji Normalitas	78



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Lampiran Kuesioner	100
2. Lampiran Data Responden	105
3. Lampiran Data Tabulasi Jawaban Responden	108
4. Lampiran Hasil Uji Validitas	118
a. Uji Validitas Variabel Cita Rasa	118
b. Uji Validitas Variabel Lokasi	118
c. Uji Validitas Variabel <i>Word Of Mouth</i>	119
d. Uji Validitas <i>Impulse Buying</i>	119
5. Lampiran Hasil Uji Reliabilitas.....	120
6. Lampiran Hasil Uji Asumsi Klasik	121
a. Lampiran Uji Multikolinieritas	121
b. Lampiran Uji Heterokedastiditas	121
c. Lampiran Uji Normalitas	121
7. Lampiran Hasil Uji Regresi Linier Berganda	122
a. Lampiran Uji t	122
b. Lampiran Uji F	122
c. Lampiran Uji Koefisien Determinasi	122
8. Lampiran r Tabel	123
9. Lampiran t Tabel	126
10. Lampiran F Tabel	128
11. Lampiran Kartu Bimbingan	131
12. Lampiran Kartu Seminar	132