

**PENGARUH CITA RASA, GETOK TULAR NEGATIF, DAN
PERSEPSI HARGA, TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**
(Studi Pada UMKM Bubur Ayam Bang Jaya)

SKRIPSI



Nama : Yogi Saputra
NIM : 43121010137

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025**

HALAMAN JUDUL

PENGARUH CITA RASA, GETOK TULAR NEGATIF, DAN PERSEPSI HARGA, TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada UMKM Bubur Ayam Bang Jaya)

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Mercu Buana
Jakarta



Nama : Yogi Saputra
NIM : 43121010137

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Yogi Saputra

Nim : 43121010137

Program Studi : Manajemen S1

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil orang lain, maka saya mencantumkan sumber sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 19 Juni 2025



Yogi Saputra

NIM 43121010137

	BIRO PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS MERCU BUANA	
---	--	---

No.Dokumen	1-1-3.4.11.00	Distribusi					
Tgl. Efektif	25 September 2024						

SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

Nama : YOGI SAPUTRA
NIM : 43121010137
Fakultas / Program Studi : FEB / Manajemen
Jenis : Skripsi
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Cita Rasa, Electronic of Mouth, Negatif dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembeli
Hasil Pengecekan Turnitin : 28%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **28%** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk mengajukan sidang tugas akhir sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Mercu Buana. Hasil uji Turnitin terlampir.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 02 July 2025

Kepala Biro Perpustakaan



Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

Ket: Surat keterangan ini sebagai salah satu syarat untuk pendaftaran sidang Skripsi.

2025/Juli/02/0000000159/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Yogi Saputra
NIM : 43121010137
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH CITA RASA, GETOK TULAR NEGATIF, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada UMKM Bubur Ayam Bang Jaya)
Tanggal Sidang : 24 Juli 2025

Disahkan oleh :

Pembimbing



Hamdan, S.E., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

LPTA-08255315



Scan QR or [click here](#) to
Verification

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh cita rasa, getok tular negatif, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian pada konsumen UMKM Bubur Ayam Bang Jaya. Penurunan penjualan yang terjadi pada tahun 2023 setelah masa pandemi menunjukkan perlunya evaluasi terhadap faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen. Dalam konteks usaha kuliner mikro, keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh kualitas rasa produk, opini konsumen lain, serta persepsi terhadap harga. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik survei. Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 166 responden menggunakan teknik purposive sampling. Data dianalisis menggunakan metode Partial Least Squares (PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4.1.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa cita rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, yang berarti semakin tinggi kualitas cita rasa, semakin besar kemungkinan konsumen melakukan pembelian. Selain itu, getok tular negatif juga berpengaruh positif dan signifikan, yang menunjukkan bahwa ulasan negatif yang dikelola atau ditanggapi dengan baik justru dapat membangun kepercayaan konsumen dan mendorong pembelian. Namun, persepsi harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, yang mengindikasikan bahwa konsumen lebih mengutamakan kualitas rasa dan informasi dari konsumen lain dibandingkan dengan pertimbangan harga. Kesimpulannya, untuk meningkatkan keputusan pembelian, pelaku UMKM perlu fokus pada peningkatan cita rasa dan strategi komunikasi yang baik dalam merespons opini negatif konsumen.

Kata Kunci: Cita Rasa, Getok Tular Negatif, Persepsi Harga, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of taste, negative word of mouth, and price perception on purchasing decisions among consumers of the UMKM (Micro, Small, and Medium Enterprises) Bubur Ayam Bang Jaya. The decline in sales in 2023 after the pandemic highlights the need to evaluate the factors influencing consumer behavior. In the context of micro culinary businesses, purchasing decisions are significantly affected by product taste quality, consumer opinions, and price perception. This research employs a quantitative approach with a survey technique. Primary data were collected through questionnaires distributed to 166 respondents using purposive sampling. Data analysis was conducted using the Partial Least Squares (PLS) method with the help of SmartPLS 4.1 software.

The results of the study show that taste has a positive and significant influence on purchasing decisions, meaning that the higher the taste quality, the greater the likelihood of consumer purchase. Additionally, negative word of mouth also has a positive and significant influence, indicating that when negative reviews are properly managed or responded to, they can build consumer trust and encourage purchases. However, price perception does not have a significant effect on purchasing decisions, suggesting that consumers prioritize taste quality and peer reviews over price considerations. In conclusion, to increase purchasing decisions, UMKM actors need to focus on improving product taste and developing effective communication strategies to handle consumer feedback, especially negative reviews.

Keywords: *Taste, negative word of mouth, Price Perception, Purchase Decision.*

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kami panjatkan kepada Allah SWT karena atas Rahmat dan karunianya penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan judul “Pengaruh Cita Rasa, Getok Tular Negatif, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian” secara baik dan benar. Skripsi ini disusun dalam rangka salah satu syarat agar bisa mendapatkan gelar sarjana pada jurusan Manajemen di Universitas.

Terselesaikannya Skripsi ini tentu berkat dukungan dan doa dari banyak pihak-pihak yang membantu penulis Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih khususnya kepada:

1. Hamdan, S.E., MM selaku dosen pembimbing yang penuh kesabaran telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan pengarahan serta memotivasi dan menginspirasi kepada penulis hingga terselesaikannya Proposal Skripsi ini.
2. Prof. Dr. Andi Andriansyah, M.Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana
3. Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Dudi Permana, Ph.D, selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
5. Pintu surgaku, Mamah Jamilah terimakasih sebesar-besarnya penulis berikan kepada beliau atas segala bentuk bantuan, semangat dan doa yang diberikan selama ini. Terimakasih selalu menjadi alasan Penulis bertahan meski di tengah

keputusasaan. Setiap doa yang Mamah panjatkan, setiap pengorbanan yang Mamah lakukan, selalu menjadi cahaya yang menerangi langkah penulis. Maafkan penulis jika perjuangan ini terasa begitu lama, begitu sulit, dan penuh dengan air mata. Pada dasarnya Ijazah Sekolah Dasarmu tetap lebih tinggi dari Ijazah dan Gelar Sarjanaku.

6. Panutanku, Bapak Karnoto. Beliau memang tidak bergelar sarjana dan tidak sempat menyelesaikan sekolah namun beliau mampu mendidik penulis, memberikan semangat, motivasi, tenaga yang tiada henti hingga penulis dapat menyelesaikan studinya sampai sarjana.
7. Kepada Saudara-saudara, Kakak Laki-lakiku Purwanto Sanjaya, Terima Kasih Penulis ucapkan berkat arahan dan dukungan untuk penulis bisa dan meneruskan pendidikan di jenjang perkuliahan. Kepada kedua adikku, Bagus Oktavian Syah dan Ahmad Gusti Ramadhan. Terima kasih Penulis ucapkan berkat dukungan serta meyakinkan bahwa Penulis dapat lulus tepat waktu. Serta Kakak Ipar penulis Novy Arianty, Terima kasih berkat dukungan moral yang menguatkan penulis agar tetap terus berjuang dan tidak mudah menyerah.
8. Terima kasih penulis ucapkan untuk Gladys Kareishia Zahra, Seseorang yang selalu membantu, memberikan motivasi, dan menguatkan penulis. Terimakasih telah sabar menemani setiap proses yang penulis lalui selama ini, memberikan dukungan tanpa henti, memberikan semangat, dan selalu meyakinkan penulis bisa mencapai semua impian.

9. Kepada Manchester United selaku club sepak bola favorite penulis. Terimakasih telah mengajarkan penulis tentang apa arti kesabaran dalam mencapai suatu tujuan, dan mengajarkan penulis untuk lebih menghargai sebuah proses. Serta Kepada Persija Jakarta Terima kasih telah mengajari penulis bahwa proses tidak pernah mudah, tapi dengan semangat yang tak pernah padam dan keyakinan pada tujuan, segalanya dapat dilalui.
10. Terakhir Penulis ingin berterima kasih sebesar dan sebanyak-banyaknya untuk diri Penulis sendiri, Terima kasih telah bertahan sejauh ini dan membuktikan bahwa impian dan cita-cita di tahun 2020 telah terwujud, meskipun dengan perjuangan yang tidak mudah. Semoga impian dan harapan kedepanya dapat terwujud dengan baik.

Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis selalu terbuka terhadap pihak-pihak yang ingin memberikan kritik maupun saran. Dalam hal ini, penulis akan menjadikannya sebagai acuan pembelajaran atas tanggapan, persepsi, dan sudut pandang positif pembaca. Semoga saran ini dapat bermanfaat di kemudian hari.

Jakarta, 19 Juni 2024

Yogi Saputra

NIM. 3121010137

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR HASIL PENGECEKAN PLAGIASI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar belakang	1
B. Rumusan Masalah	13
C. Tujuan Penelitian	13
D. Kontribusi Penelitian	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	15
A. Kajian Pustaka	15
1. Manajemen Pemasaran	15
2. Keputusan Pembelian	18
3. Cita Rasa	21
4. Getok Tular Negatif	24
5. Persepsi Harga	27
B. Penelitian Terdahulu	31
C. Pengembangan Hipotesis	36
1. Pengaruh cita rasa terhadap keputusan pembelian	36
2. Pengaruh getok tular negatif terhadap keputusan pembelian	36
3. Pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian	37

D. Kerangka Penelitian	38
E. Hipotesis	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	39
A. Waktu dan Tempat Penelitian	39
1. Waktu Penelitian	39
2. Tempat Penelitian	39
B. Desain Penelitian	39
C. Definisi Operasional Variabel	40
1. Definisi Variabel	40
2. Operasional Variabel	42
D. Skala Pengukuran	44
E. Populasi dan Sempel	45
1. Populasi	45
2. Sempel	45
F. Metode Pengumpulan Data	47
G. Metode Analisis Data	48
1. Analisis Deskriptif	48
2. Uji Instrumen	49
3. <i>Structural Equation Model – Partial Least Square (SEM-PLS)</i>	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	54
A. Analisis Diskriptif	54
1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	54
2. Statistik Responden	56
B. Uji Instrumen	64
1. Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	64
2. Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	73
C. Pembahasan Hasil Penelitian	78
1. Pengaruh Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian	78
2. Pengaruh Getok Tular Negatif Terhadap Keputusan Pembelian	78
3. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian	79
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	80

A. Simpulan	80
B. Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN	88

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1. 1	Data Penjualan Tahun 2022	4
1. 2	Data Penjualan Tahun 2023	4
1. 3	Hasil Pra-survey penelitian	10
2. 1	Penelitian Terdahulu	31
3. 1	Operasionalisasi Variabel Cita Rasa	42
3. 2	Operasionalisasi Variabel Getok Tular Negatif	43
3. 3	Operasionalisasi Variabel Persepsi Harga	43
3. 4	Operasionalisasi Variabel Keputusan Pembelian	44
3. 5	Instrumen Skala Likert	45
4. 1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
4. 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	57
4. 3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	58
4. 4	Karakteristik Responden Berdasarkan Lokasi	59
4. 5	Varibel Cita Rasa	60
4. 6	Deskriptif Variabel Electronic Word of Mouth (E-WOM) Negatif	61
4. 7	Deskriptif Variabel Persepsi Harga	62
4. 8	Varibel Keputusan Pembelian	63
4. 9	Hasil Uji Validitas Convergent	66
4. 10	Hasil Uji Ulang Validitas Convergent	68
4. 11	Hasil Uji Validitas Average Variance Extracted (AVE)	69
4. 12	Hasil Uji Validitas Discriminant (Cross Loading)	70
4. 13	Hasil Uji Validitas Discriminant (Fornell Larcker Criterion)	72
4. 14	Hasil Uji Reliability Composite & Cronbach's Alpha	73
4. 15	Hasil Uji Kelayakan Model (Goodness Of Fit Model)	74
4. 16	Hasil Uji Hipotesis	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1 2021	Jumlah Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia Tahun	2
2.1	Kerangka Penelitian	38
3. 1	Rumus Cronbach's alpha	52
4. 1	Hasil Algorithma PLS	65
4. 2	Hasil Algorithma PLS (Modifikasi)	67
4. 3	Hasil Uji bootstrapping	76

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner	88
Lampiran 2: Hasil Kuesioner	94
Lampiran 3: Hasil Output PLS	114