

**PENGARUH CITA RASA, KERAGAMAN MENU, HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MIE AYAM SOLO
TALANGSARI JEMBER**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana Manajemen**



Oleh:

**Prayoga Wahyudi Angga
NIM 1410411232**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2019**

**PENGARUH CITA RASA, KERAGAMAN MENU, HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MIE AYAM SOLO
TALANGSARI JEMBER**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana Manajemen**



Oleh:

**Prayoga Wahyudi Angga
NIM 1410411232**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2019**

PENGESAHAN

Skripsi berjudul; Pengaruh Cita Rasa, Keragaman Menu, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mie Ayam Solo Talangsari Jember, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Selasa

Tanggal : 23 Juli 2019

Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,

Drs. Anwar, MSc
NPK 85 03 125

Anggota 1,

Anggota 2,

Dr. Nurul Qomariah, MM
NPK 06 03 426

Ahmad Izzuddin. SE., MM
NPK 00 00 000

Mengesahkan:

Dekan,

Ketua Jurusan,

Dr. Arik Susbiyani, MSi
NPK 01 09 289

Haris Hermawan. SE., MM
NPK 15 03 640

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Alhamdulillahirabbilalamin, banyak nikmat yang Allah berikan, tetapi sedikit sekali yang kita ingat. Segala puji hanya layak untuk Allah Tuhan seru sekalian alam atas segala berkah, rahmat, taufik, serta hidayah-Nya yang tiada terkira besarnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Pengaruh Cita Rasa, Keragaman Menu, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mie Ayam Solo Talangsari Jember".

Maksud dan tujuan dari penulisan dan penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) pada Program Studi Ekonomi (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunannya, penulis memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak, karena itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr, Arik Susbiyani, MSi, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
2. Haris Hermawan. SE., MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
3. Dr. Nurul Qomariah, MM, selaku dosen pembimbing I dan Ahmad Izzuddin. SE., MM, selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
4. Drs. Anwar, MSc, selaku dosen penguji skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan, dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.
5. Seluruh Staf Pengajar/dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis, khususnya Staf Pengajar Jurusan Manajemen.
6. Kedua orang tua tercinta, untuk semua cinta yang mengagumkan, doa, integritas, dukungan, dan perhatiannya yang tak terbatas. Terimakasih untuk segalanya, baru ini yang bisa saya persembahkan, semoga menjadi awal yang baik.
7. Saudara-saudaraku, atas dukungan dan doanya, semoga kalian sukses dalam menjalani hidup.
8. Teman-teman seperjuangan Prodi Manajemen angkatan 2014 yang telah memberikan semangat dan dukungan.
9. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan semua namanya yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dari sanalah semua kesuksesan ini berawal, semoga semua ini bisa memberikan sedikit kebahagiaan dan menuntun pada langkah yang lebih baik lagi. Meskipun penulis berharap isi dari skripsi ini bebas dari kekurangan dan kesalahan, namun selalu ada yang kurang. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini dapat lebih baik lagi. Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi semua pembaca.

Jember, Juli 2019
Penyusun

Prayoga Wahyudi Angga



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PEMBIMBINGAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Tinjauan Teori	8
2.1.1 Konsep Manajemen Pemasaran	8
2.1.2 Perilaku Konsumen	9
2.1.3 Keputusan Pembelian	10
2.1.4 Cita Rasa	12
2.1.5 Keragaman Menu	15
2.1.6 Harga	17
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu	21
2.3 Kerangka Konseptual	23
2.4 Hipotesis Penelitian	24
2.4.1 Pengaruh Cita Rasa terhadap Keputusan Pembelian	24
2.4.2 Pengaruh Keragaman Menu terhadap Keputusan Pembelian	25
2.4.3 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian ..	25
BAB 3 METODE PENELITIAN	27
3.1 Identifikasi Variabel	27
3.1.1 Variabel Independen/Bebas	27

3.1.2 Variabel Dependen/Terikat	27
3.2 Definisi Operasional Variabel	27
3.2.1 Cita Rasa (X_1)	28
3.2.2 Keragaman Menu (X_2)	28
3.2.3 Harga (X_3)	28
3.2.4 Keputusan Pembelian (Y)	28
3.3 Desain Penelitian	29
3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	29
3.4.1 Populasi	29
3.4.2 Sampel	29
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel	30
3.5 Jenis dan Sumber Data	31
3.5.1 Jenis Data	31
3.5.2 Sumber Data	31
3.6 Teknik Pengumpulan Data	32
3.7 Teknik Analisis Data	33
3.7.1 Uji Statistik Deskriptif	33
3.7.2 Uji Instrumen Data	34
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	35
3.7.4 Analisis Regresi Linier Berganda	36
3.7.5 Uji Hipotesis	37
3.7.6 Koefisien Determinasi (R^2)	38
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	40
4.1.1 Sejarah Berdirinya Usaha	40
4.1.2 Visi dan Misi Mie Ayam Solo Talangsari Jember	41
4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan	41
4.1.4 Aspek Personalia	43
4.1.5 Aspek Pemasaran	44
4.1.6 Jenis-Jenis Produk yang Dijual	44
4.2 Hasil Analisis Statistik Dekskriptif	45
4.2.1 Diskripsi Statistik Responden	45
4.2.2 Deskriptif Variabel Penelitian	47
4.3 Hasil Analisis Data	50
4.3.1 Pengujian Instrumen Data	50
4.3.2 Pengujian Asumsi Klasik	52
4.3.3 Analisis Regresi Linier Berganda	54
4.3.4 Pengujian Hipotesis	56
4.3.5 Koefisien Determinasi	58
4.4 Pembahasan	59

4.4.1 Pengaruh Cita Rasa terhadap Keputusan Pembelian	59
4.4.2 Pengaruh Keragaman Menu terhadap Keputusan Pembelian	59
4.4.3 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian ..	60
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	62
5.1 Kesimpulan	62
5.2 Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	64



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1: Harga Mie Ayam Solo Talangsari Jember	4
Tabel 1.2: Omset Penjualan Mie Ayam Solo Talangsari Jember ...	5
Tabel 2.1: Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu	23
Tabel 4.1: Jumlah Tenaga Kerja Mie Ayam Solo Talangsari Jember	38
Tabel 4.2: Menu yang Dijual Mie Ayam Solo Talangsari Jember .	45
Tabel 4.3: Jumlah Kuesioner	45
Tabel 4.4: Responden Menurut Usia	46
Tabel 4.5: Responden Menurut Jenis Kelamin	46
Tabel 4.6: Responden Menurut Tingkat Pendidikan	46
Tabel 4.7: Responden Menurut Frekuensi Pembelian	47
Tabel 4.8: Frekuensi Pernyataan Responden terhadap Cita Rasa ..	48
Tabel 4.9: Frekuensi Pernyataan Responden terhadap Keragaman Menu	49
Tabel 4.10: Frekuensi Pernyataan Responden terhadap Harga	49
Tabel 4.11: Frekuensi Pernyataan Responden terhadap Keputusan Pembelian	50
Tabel 4.12: Hasil Pengujian Validitas	51
Tabel 4.13: Hasil Pengujian Reliabilitas	52
Tabel 4.14: Hasil Uji Multikolinearitas	53
Tabel 4.15: Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	55
Tabel 4.16: Hasil Uji F	57
Tabel 4.17: Hasil Uji t	57
Tabel 4.18: Hasil Uji Koefisien Determinasi	58

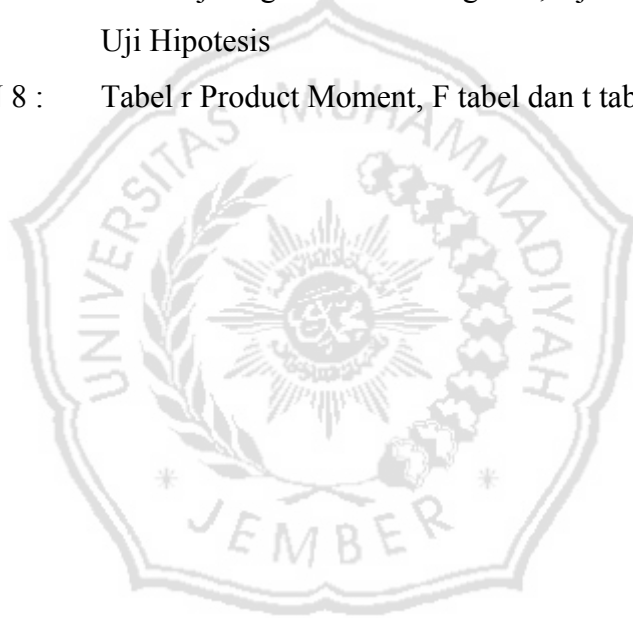
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1: Penjualan Mie Ayam Solo Talangsari Jember	5
Gambar 2.1: Kerangka Konsep Penelitian	24
Gambar 4.1: Struktur Organisasi Mie Ayam Solo Talangsari Jember	42
Gambar 4.2: Hasil Uji Normalitas	53
Gambar 4.3: Hasil Uji Heteroskedastisitas	54



DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1 : Pengantar Kuesioner
- LAMPIRAN 2 : Rekapitulasi Kuesioner
- LAMPIRAN 3 : Deskriptif Responden
- LAMPIRAN 4 : Deskriptif Variabel Penelitian
- LAMPIRAN 5 : Hasil Uji Validitas
- LAMPIRAN 6 : Hasil Uji Reliabilitas
- LAMPIRAN 7 : Hasil Uji Regresi Linier Berganda, Uji Asumsi Klasik, dan Uji Hipotesis
- LAMPIRAN 8 : Tabel r Product Moment, F tabel dan t tabel



DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aufa, Zan Denniar dan Mustafa Kamal. 2015. Analisis Pengaruh Ragam Menu, Persepsi Harga, Lokasi Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Soto Sedgeep Banyumanik Cabang Ambarawa. *Diponegoro Journal Of Management Volume 4, Nomor 4, Tahun 2015, Halaman 1-10* <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr> ISSN (Online): 2337-3792
- Buchory, Achmad Herry & Saladin Djaslim. 2010. *Manajemen Pemasaran: Edisi Pertama*. Bandung: Linda Karya.
- Camelia, Savira Bintang dan Sri Suryoko. 2017. Pengaruh Keragaman Menu, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Restoran D'Cost Seafood Semarang). *Diponegoro Journal Of Social And Political Tahun 2017, Hal 1-7* <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/>
- Drummond KE & Brefere LM. 2010. *Nutrition for Foodservice and Culinary Professional's*, Seventh Edition. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*, Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Edisi Ketujuh*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gregoire, M. B. 2010. *Food Service Organizations A Managerial and Systems Approach*. New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. & Gary Armstrong. 2014. *Principle Of Marketing, 15th edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Phillip dan Kevin L. Keller. 2016. *Marketing Management 16 edition*. New Jersey: Pearson.
- Kuncoro, Mudrajat, 2013. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*, Edisi. Keempat, Jakarta, Erlangga.

- Mullins, John W dan Walker Jr, Orville C. 2013. *Marketing Management: A Strategic Decision Making Approach*, 8th Edition, McGraw-Hill International Edition
- Narimawati, Umi. 2010. *Riset Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Agung Media12
- Njoto, Tommy Kurniawan. 2016. Pengaruh Desain Kemasan, Cita Rasa, dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Bumi Anugerah. *Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Volume 1, Nomor 4, Oktober 2016*
- Prastika, Evi Luciana dan Harti. 2017. Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Rampok Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN) ISSN: 2337-6708 Volume 01 Nomor 01 Tahun 2017*
- Richard, M. 2018. *Ini Tantangan Pengembangan Bisnis Restoran di Indonesia*. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20180726/12/821000/ini-tantangan-pengembangan-bisnis-restoran-di-indonesia> diakses 28 Desember 2018 Pukul 18.59
- Schiffman, I.G. dan Kanuk, Leslie L. 2013. *Consumer Behavior*. 8th edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Sekaran, Uma. 2011. *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Stanner, S., Thompson, R., and Buttriss, J.L., 2009, *Healthy Ageing: The Role of Nutrition and Lifestyle*, Wiley-Blackwell, United Kingdom, pp. 45-8.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. 2010. *Pemasaran Strategik (Prespektif Value-Based Marketing & Pebgukuran Kinerja)*. Bogor: IPB Pres.
- Swastha, Basu.2009. *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: BPFE.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2012. *Manajemen Pemasaran Modern Edisi ke-2*. Yogyakarta: Liberty Offset.
- Tjiptono, Fandy, 2008, *Strategi Pemasaran*, Edisi 3, ANDI: Yogyakarta.
- Wahidah, N. 2010. *Komponen - Komponen yang Memengaruhi Cita Rasa Bahan Pangan*. <http://www.idazweek.co.cc/2010/02/komponen-komponen-yangmemengaruhi-cita.html>. Diakses tanggal 28 November 2018.
- Wood, West. 2007. *Penelitian Rasa*. Jakarta : Rineka Cipta.