

**PENGARUH CITA RASA DAN WORD OF MOUTH MARKETING TERHADAP  
MINAT BELI**

**(STUDI PADA PELANGGAN RESTO KAMPOENG LAWAS BOJA)**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk melengkapi syarat-syarat guna menyelesaikan  
program Sarjana Pada Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik  
Program Studi Administrasi Bisnis**



**Oleh :**

**DESI RAHMADANI**  
**NPM : 201003632110341**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SEMARANG**

**2024**

## HALAMAN PENGESAHAN

Berdasarkan laporan Panitia Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Semarang menyatakan Skripsi yang berjudul :

**“PENGARUH CITA RASA DAN *WORD OF MOUTH* MARKETING TERHADAP MINAT BELI (STUDI PADA PELANGGAN RESTO KAMPOENG LAWAS BOJA)”** Diterima dan disahkan untuk melengkapi persyaratan menyelesaikan Program Sarjana pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Administrasi Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Semarang.

Semarang, 22 Maret 2024

Dekan,



Prof. Dr. Rini Werdiningsih, M.Si  
NIDN: 0621105901

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Diterima dan disahkan Dosen Pembimbing Skripsi untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan Program Sarjana pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Administrasi Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Semarang.

Semarang, 22 Maret 2024

Dosen Pembimbing,



Nadia Dwi Irmadiani, S.A.B., M.Si  
NIDN 0609078802

## BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

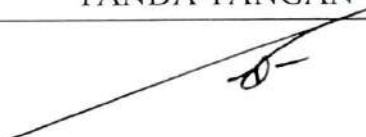


Setelah Skripsi ini diterima oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Semarang, selanjutnya mendapat pengesahan dan persetujuan untuk diajukan di muka

Sidang Panitia Ujian Skripsi FISIP UNTAG Semarang, pada :

Hari : Jum'at

Tanggal : 22 Maret 2024

Waktu : 09.00 WIB

No	DOSEN PENGUJI	TANDA TANGAN
1.	M. Hangga Novian, S.A.B., M.Si	1. 
2.	Nadia Dwi Irmadiani, S.A.B., M.Si	2. 
3.	Dr. Wahyu Wirasati, M.A	3. 

## ABSTRAK

**Judul** : Pengaruh Cita Rasa dan *Word Of Mouth Marketing* Terhadap Minat Beli (Studi Pada Pelanggan Kampoeng Lawas Boja)  
**Nama** : Desi Rahmadani  
**NPM** : 201003632110341  
**Program Studi** : Administrasi Bisnis

---

---

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli pada Resto Kampoeng Lawas Boja yaitu cita rasa dan *word of mouth marketing*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh cita rasa dan *word of mouth marketing* terhadap minat beli pada Resto Kampoeng Lawas Boja. Tipe penelitian yang digunakan adalah asosiatif. Populasi penelitian ini adalah pelanggan Kampoeng Lawas Boja. Sampel penelitian diambil dengan cara *insidental sampling*, dan sampel yang diambil yaitu 83 responden. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Skala pengukuran yang digunakan yaitu skala pengukuran ordinal. Teknik pengolahan data menggunakan teknik editing, coding, tabulasi. Pengujian hipotesis menggunakan rumus statistik *Product Moment* dan Korelasi Ganda. Hasil penelitian ini 1) nilai kumulatif cita rasa (variabel  $X_1$ ) 79,90% sehingga masuk kategori tinggi. 2) nilai kumulatif *word of mouth marketing* (variabel  $X_2$ ) 77,95% sehingga masuk kategori tinggi. 3) nilai kumulatif minat beli (variabel  $Y$ ) 62,22% sehingga masuk kategori sedang. Hasil perhitungan statistik diperoleh koefisien korelasi ganda antara cita rasa dan *word of mouth marketing* terhadap minat beli pada Resto Kampoeng Lawas Boja 0,682 nilai ini apabila dikorelasikan dengan nilai  $r$  product moment pada taraf signifikansi 10% dengan  $N$  83, diketahui nilai  $r$  tabel 0,179 secara sistematis dapat ditulis  $r_{x_1x_2y} > r$  tabel ( $0,801 > 0,179$ ). Uji  $F$  pada taraf signifikan 10% diperoleh  $F_{reg} > F$  tabel 10% ( $71,60 > 2,37$ ), maka hipotesis diterima, artinya bahwa cita rasa dan *word of mouth marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli (studi pada pelanggan Resto Kampoeng Lawas Boja) secara parsial dan simultan.

**Kata Kunci** : cita rasa, *word of mouth marketing*, minat beli