

PENGARUH PERSEPSI, KEUNIKAN PRODUK DAN WORD OF MOUTH (WOM) NASI PECEL PEDES TAJUG TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan sebagian syarat-syarat
Guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

NAMA : Dini Listyaningrum

NIM : 18414719

PRODI : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
2024**

PENGARUH PERSEPSI, KEUNIKAN PRODUK DAN WORD OF MOUTH (WOM) NASI PECEL PEDES TAJUG TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan sebagian syarat-syarat
Guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

NAMA : Dini Listyaningrum

NIM : 18414719

PRODI : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
2024**


HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Persepsi, Keunikan Produk, dan *Word Of Mouth* (WOM) Nasi Pecel Pedes Tajug Terhadap Kepuasan Konsumen
Nama : Dini Listyaningrum
NIM : 18414719
Tempat Tanggal Lahir : Ponorogo, 25 Mei 1999
Program Studi : S1-Manajemen


Isi dan Format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 27 Mei 2024

Pembimbing I


Naning Kristiana, SE., MM
NIDN. 0721117501


Pembimbing II


Fery Setiawan, SE., MM
NIDN. 0720128904

Mengetahui:


Dekan Fakultas Ekonomi





Dr. Hadi Sumarsono, S.E M.Si
NIP. 19760508 200501 1 002

Dosen Penguji


Naning Kristiana, SE., MM
NIDN. 0721117501


Wahna Widhianingrum, S.P. MM
NIDN. 0707118602


Dr. Hadi Sumarsono, S.E M.Si
NIDN. 00088057601

ABSTRAK

Dini Listyaningrum. NIM 18414719. Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Skripsi: “Pengaruh Persepsi, Keunikan Produk, dan *Word Of Mouth* (WOM) Nasi Pecel Pedes Tajug Terhadap Kepuasan Konsumen”

Setiap industri makanan selalu bertujuan untuk melayani serta memuaskan setiap pelanggan yang datang sesuai dengan apa yang mereka harapkan. Persepsi, keunikan produk dan *word of mouth* merupakan hal penting yang harus diperhatikan karena akan mengakibatkan pembelian kembali dan direkomendasikan kepada orang lain. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi, keunikan produk, dan *Word Of Mouth* (WOM) nasi pecel pedes Tajug terhadap kepuasan konsumen secara parsial dan simultan.

Populasi penelitian yaitu seluruh konsumen yang melakukan pembelian secara langsung di Nasi Pecel Pedes Tajug. Sampel penelitian sebanyak 100 orang dengan teknik pengambilan sampel *total sampling*. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner. Uji instrumen menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Metode analisis data dengan uji asumsi klasik, regresi linier berganda dan pengujian hipotesis menggunakan uji t, uji F dan uji R Square.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi, keunikan produk dan *word of mouth* (WOM) secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen nasi pecel pedes Tajug. Besarnya pengaruh persepsi, keunikan produk dan *word of mouth* (WOM) sebesar 67%.

Kata Kunci: Persepsi, Keunikan Produk, Word Of Mouth, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

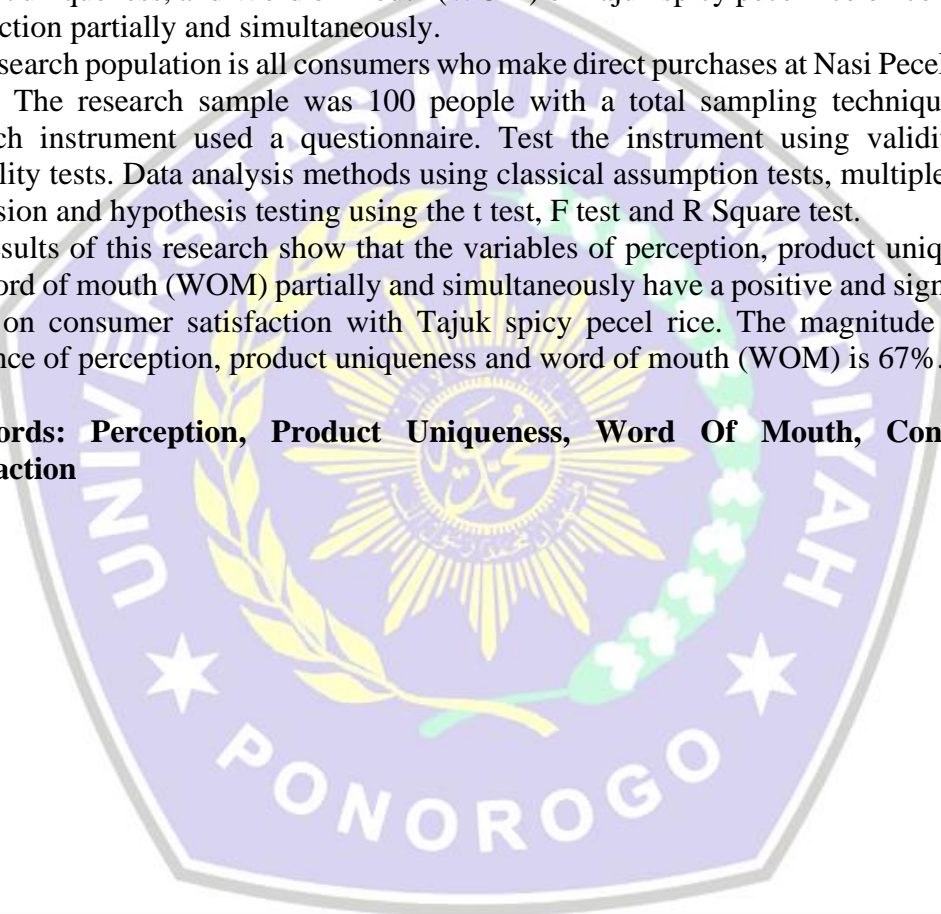
Dini Listyaningrum. NIM 18414719. Management Study Program. Faculty of Economics, Muhammadiyah University of Ponorogo. Script: "The Influence of Perception, Product Uniqueness, and Word of Mouth (WOM) of Nasi Pecel Spicy Tajug on Consumer Satisfaction"

Every food industry always aims to serve and satisfy every customer who comes according to their expectations. Perception, product uniqueness and word of mouth are important things to pay attention to because they will result in repeat purchases and recommendations to others. This research aims to determine the influence of perception, product uniqueness, and Word of Mouth (WOM) of Tajuk spicy pecel rice on consumer satisfaction partially and simultaneously.

The research population is all consumers who make direct purchases at Nasi Pecel Pedes Tajuk. The research sample was 100 people with a total sampling technique. The research instrument used a questionnaire. Test the instrument using validity and reliability tests. Data analysis methods using classical assumption tests, multiple linear regression and hypothesis testing using the t test, F test and R Square test.

The results of this research show that the variables of perception, product uniqueness and word of mouth (WOM) partially and simultaneously have a positive and significant effect on consumer satisfaction with Tajuk spicy pecel rice. The magnitude of the influence of perception, product uniqueness and word of mouth (WOM) is 67%.

Keywords: Perception, Product Uniqueness, Word Of Mouth, Consumer Satisfaction



KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia -Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Persepsi, Keunikan Produk dan *Word Of Mouth* (WOM) Nasi Pecel Pedes Tajug Terhadap Kepuasan Konsumen” sebagai salah satu persyaratan akademis dalam rangka menyelesaikan program Strata Satu (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Dalam proses penulisan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan dan masukan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Dr. H. Happy Susanto, M. A selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Naning Kristiyana, SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo dan sekaligus sebagai dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, petunjuk, serta masukan dan saran yang sangat berarti sehingga dapat terselesaikan skripsi ini.
4. Fery Setiawan, SE, MM selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Kedua orang tua Bapak Poniran dan Ibu Sunarti yang selalu memberikan dukungan baik secara moril maupun materiil serta memberikan fasilitas untuk dapat melanjutkan pendidikan di Universitas Muhammadiyah Ponorogo sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Keluarga Besar Warung Pecel Pedes Mbah Temi Tajug yang telah mengizinkan peneliti untuk melakukan penelitian serta kerjasamanya demi kelancaran skripsi ini. Serta seluruh responden yang telah meluangkan waktu dan bersedia mengisi kuesioner untuk pengeumpulan data skripsi.

7. Teman-teman kelas Manajemen C yang selalu memberikan motivasi dan dukungan dan masukan untuk saya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan pahala atas segala amal yang telah diberikan. Dan semoga skripsi ini berguna bagi diri saya sendiri maupun bagi pihak lain yang membutuhkan.

Ponorogo, ... Mei 2024

Dini Listyaningrum
NIM. 18414719




**PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR
KODE ETIK PENELITIAN**

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.



Ponorogo, ... Mei 2024


Dini Listyaningrum
NIM. 18414719

MOTTO

“Selalu ada harga dalam berproses. Nikmati saja kelelahan demi kelelahan itu. Lebarkan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu seperti yang kau impikan, mungkin tidak akan selalu berjalan lancar. Tapi gelombang-gelombang itu yang nanti akan bisa kau ceritakan....”



PERSEMBAHAN

Allhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kelancaran dan kemudahan kepada penulis, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Bapak Poniran dan Ibu Sunarti, selaku orang tua yang selalu memberikan dukungan, kasih sayang, doa dan motivasi kepada penulis.
2. Hamdiansyah Putra, selaku calon suami yang telah memberikan dukungan maupun support sehingga skripsi dapat diselesaikan.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN.....	viii
MOTTO	ix
PERSEMBAHAN.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
1. Tujuan Penelitian.....	8
2. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	9
A. Landasan Teori.....	9
1. Teori Manajemen	9
2. Manajemen Pemasaran.....	9
3. Perilaku Konsumen	10
4. Persepsi.....	11
5. Keunikan Produk.....	13
6. <i>Word Of Mouth</i> (WOM).....	15
7. Kepuasan Konsumen.....	17
B. Penelitian Terdahulu	20
C. Kerangka Konsep Penelitian.....	22
D. Hipotesis Penelitian	23

BAB III METODE PENELITIAN	26
A. Ruang Lingkup Penelitian.....	26
B. Populasi dan Sampel Penelitian	26
C. Metode Pengambilan Data	26
1. Jenis Data	26
2. Teknik Pengumpulan Data	26
3. Skala Pengukuran	27
D. Definisi Operasional Variabel.....	27
E. Metode Analisis Data.....	29
1. Uji Instrumen.....	29
2. Analisis Regresi Linier Berganda.....	29
3. Uji Asumsi Klasik	30
4. Uji F.....	31
5. Koefisien Determinasi atau RSquare	31
6. Pengujian hipotesis (Uji t).....	31
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	33
A. Hasil Penelitian	33
1. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	33
2. Karakteristik Responden	34
3. Analisis Data	35
B. Pembahasan.....	42
1. Pengaruh Persepsi Terhadap Kepuasan Konsumen	42
2. Pengaruh Keunikan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.....	43
3. Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> (WOM) Terhadap Kepuasan Konsumen	44
4. Pengaruh Persepsi, Keunikan Produk, <i>Word Of Mouth</i> (WOM) Terhadap Kepuasan Konsumen	45
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	46
A. Kesimpulan	46
B. Saran	46
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	34
Tabel 3 Responden Berdasarkan Umur	34
Tabel 4 Responden Berdasarkan Pendidikan	35
Tabel 5 Responden Berdasarkan Pekerjaan	35
Tabel 6 Hasil Uji Validitas Persepsi (X1)	36
Tabel 7 Hasil Uji Validitas Keunikan Produk (X2)	36
Tabel 8 Hasil Uji Validitas <i>Word Of Mouth</i> (WOM) (X3)	36
Tabel 9 Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y)	37
Tabel 10 Hasil Uji Reliabilitas	37
Tabel 11 Hasil Uji Normalitas Variabel Penelitian	38
Tabel 12 Hasil Uji Multikolinieritas	38
Tabel 13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	39
Tabel 14 Regresi Linier Berganda	39
Tabel 15 Hasil Olah Data Uji t	40
Tabel 16 Hasil Olah Data Uji F	41
Tabel 17 Koefisien Determinasi (R^2)	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Pemikiran..... 23



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	50
Lampiran 2 Jawaban Kuesioner.....	53
Lampiran 3 Karakteristik Responden	64
Lampiran 4 Uji Validitas dan Reliabilitas	65
Lampiran 5 Uji Regresi Linier Berganda dan Uji t.....	67
Lampiran 6 Uji Normalitas	67
Lampiran 7 Uji Multikolinearitas	68
Lampiran 8 Uji Heteroskedastisitas	68
Lampiran 9 Uji F.....	68
Lampiran 10 Koefisien Determinasi (R Square)	68
Lampiran 11 Tabel r Product Moment.....	69
Lampiran 12 Dokumentasi Penelitian.....	70
Lampiran 13 Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi.....	72
Lampiran 14 Surat Keterangan Bebas Plagiasi.....	72
Lampiran 15 Tabel t.....	75
Lampiran 15 Tabel F.....	76