

**PENGARUH MEDIA SOSIAL, KUALITAS PELAYANAN, DAN  
CITA RASA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
WARUNG SEBLAK PRASMANAN DI KABUPATEN BEKASI  
(Studi Pada UMKM Seblak Teh Neng di Cikarang Utara)**

**SKRIPSI**



**OLEH:  
WULANDARI  
NIM : 112010447**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PELITA BANGSA  
BEKASI  
2024**

**PENGARUH MEDIA SOSIAL, KUALITAS PELAYANAN, DAN  
CITA RASA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
WARUNG SEBLAK PRASMANAN DI KABUPATEN BEKASI  
(Studi Pada UMKM Seblak Teh Neng di Cikarang Utara)**

Diajukan Kepada Universitas Pelita Bangsa  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam  
Menyelesaikan Program Sarjana Manajemen

SKRIPSI



OLEH :  
WULANDARI  
NIM : 112010447

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PELITA BANGSA  
BEKASI  
2024**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi:

Nama Mahasiswa : Wulandari  
NIM : 112010447  
Konsentrasi : Kewirausahaan  
Judul Skripsi : Pengaruh Media Sosial, Kualitas Pelayanan,  
dan Cita Rasa Terhadap Keputusan  
Pembelian Pada Warung Seblak Prasmanan  
di Kabupaten Bekasi (Studi Pada UMKM  
Seblak Teh Neng di Cikarang Utara).

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil pembimbing selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti ujian skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa.

Bekasi, 12 Juni 2024

Pembimbing,



Dr. R.R Wening Ken Widodasih, S.H., M.M., Dipl. Cidesco Int\*1

NIDN : 0413056903

SKRIPSI

***PENGARUH MEDIA SOSIAL, KUALITAS PELAYANAN, DAN CITA RASA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA WARUNG SEBLAK  
PRASMANAN DI KABUPATEN BEKASI  
(STUDI PADA UMKM SEBLAK TEH NENG DI CIKARANG UTARA)***

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Wulandari  
112010447

Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji Skripsi pada hari Sabtu, tanggal 27, bulan Juli, tahun 2024, dan dinyatakan telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen.

**SUSUNAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI**

Ketua Penguji,  
Dr. Yunita Ramadhani RDS, S.E., M.Sc  
NIDN: 0406068402

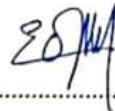
Tanda Tangan



.....

Anggota Penguji  
Edy Saptono, S.H.,M.B.A  
NIDN: 0412118305

Tanda Tangan



.....

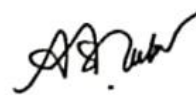
Mengetahui,

Ka. Prodi Manajemen



Dr. Yunita Ramadhani RDS, S.E., M.Sc  
NIDN: 0406068402

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Preatmi Nurastuti.,S.E.,M.M  
NIDN: 0404046508

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Wulandari  
NIM : 112010447  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Konsentrasi : Kewirausahaan

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Universitas Pelita Bangsa seluruhnya merupakan hasil karya saya sendiri.

Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan Skripsi yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian Skripsi ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Bekasi, 27 Juli 2024



Wulandari

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Allah tidak mengatakan hidup ini mudah. Tetapi Allah berjanji, bahwa sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”  
(QS. Al-Insyirah : 5-6)

“Hidup ini memang selalu harus diperjuangkan, soal hasil dan ujungnya biarkan hak penuh Allah yang menentukan”  
(Boycandra).

Kita berhak bangga atas segala pencapaian, bangga atas kemampuan bertahan dan berjuang sampai hari ini, bangga karena kita sudah mampu melewati semuanya, kita berhak bahagia atas diri kita sendiri.

Karya ini saya persembahkan untuk :

- Ayahanda (Alm) Endi, saya telah mentuntaskan perkuliahan ini dengan baik sesuai dengan keinginan beliau.
- Ibunda Sarwiyah, orang yang paling saya cintai, terima kasih telah memberikan yang terbaik untuk saya. Semoga ilmu yang telah saya dapat ditempat perkuliahan bisa menjadi manfaat untuk diri saya sendiri dan orang lain.
- Adik tersayang Saskia Junia Salsabila, keluarga dan semua orang yang sudah memberikan doa & dukungan terbaik untuk saya.
- Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan pengetahuan serta teladan yang sangat berharga.
- Ibu Dosen Zulfa Zakiatul Hidayah, S.E., M.M terima kasih telah memberikan dukungan, semangat dan kesempatan untuk saya mendapatkan pengalaman yang baik selama perkuliahan. Semoga Allah memberikan selalu perlindungan dan kesehatan, Aamiin.
- Ibu Erin Soleha, S.E., M.M., CFP terima kasih telah memberikan dukungan, semangat dan kesempatan untuk saya mendapatkan pengalaman yang baik selama perkuliahan. Semoga Allah memberikan selalu perlindungan dan kesehatan, Aamiin.
- UKM SENI Universitas Pelita Bangsa terima kasih untuk teman-teman yang sudah hebat dan bertahan bersama didalam organisasi ini, menjadi wadah yang baik untuk saya sehingga bisa merasakan manfaatnya untuk kehidupan saya kedepan.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi dengan judul “Pengaruh Media Sosial, Kualitas Pelayanan, dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung Seblak Prasmanan di Kabupaten Bekasi (Studi Pada UMKM Seblak Teh Neng Di Cikarang Utara)”. Penyusunan Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini dapat diselesaikan berkat dukungan dari beberapa pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat:

1. Ibu Dr. R.R Wening Ken Widodasih, S.H., M.M., Dipl. Cidesco Int'l selaku Pembimbing Utama yang telah membimbing, meluangkan waktu, memberikan banyak kemudahan, memberikan masukan, keteladanan serta motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan Skripsi ini.
2. Tim Penguji, Ibu Dr. Yunita Ramadhani RDS, S.E., M.Sc dan Bapak Edy Saptono, S.H.,M.B.A terima kasih telah berkenan memberikan masukan untuk menyempurnaan naskah mulai dari gagasan awal tema penelitian hingga selesainya skripsi ini.
3. Ibu Dr. Yunita Ramadhani Ratnaningsih DS, S.E., M.Sc selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa, beserta seluruh staf yang telah memberikan rekomendasi dan memfasilitasi penulis untuk dapat Menulis Skripsi Mahasiswa.
4. Ibu Dr. Preatmi Nurastuti, S.E.,M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa beserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan dan izin dukungan moril maupun materil kepada penulis.
5. Bapak Hamzah Muhammad Mardi Putra, SKM., MM D.B.A sebagai Rektor Universitas Pelita Bangsa.

6. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa yang telah membimbing, mengarahkan, menasehati dan membagi ilmu pengetahuan sebagai bekal bagi penulis dalam pengembangan keilmuan maupun penyelesaian skripsi ini.
7. Orang tuaku tercinta yang telah mengasuh, mendidik, membesarkan serta mendoakan penulis dengan penuh kesabaran, keteladanan, pengorbanan yang tidak terhingga. Semoga Allah SWT membalas semuanya dengan menempatkan keduanya pada Jannah-Mu bersama orang-orang beriman. Aamiin... Yaa Rabbal 'alamiin.
8. Teman-teman angkatan 2020 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa terima kasih atas keakraban, diskusi, saran, dan semangat yang diberikan. Penulis selalu merindukan saat-saat diskusi bersama di masa perkuliahan.
9. Seluruh Staf Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa yang selalu memberikan kemudahan dan membantu dalam layanan administrasi perkuliahan maupun dalam proses penyelesaian Skripsi ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif. Semoga skripsi ini bermanfaat untuk pengembangan ilmu di masa yang akan datang.

Bekasi, 27 Juli 2024

Wulandari



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>SUSUNAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
1.5 Sistematika Penulisan .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>12</b>
2.1 Landasan Teori .....	12
2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	12
2.1.1.1 Indikator Keputusan Pembelian .....	13
2.1.2 Pengertian Media Sosia.....	14
2.1.2.1 Indikator Media Sosial .....	15
2.1.3 Pengertian Kualitas Pelayanan .....	16
2.1.3.1 Indikator Kualitas Pelayanan .....	17
2.1.4 Pengertian Cita Rasa.....	18
2.1.4.1 Indikator Cita Rasa .....	19
2.2 Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	20
2.2.1 Jurnal Nasional.....	20
2.2.2 Jurnal Internasional.....	27
2.3 Hipotesis dan Model Penelitian .....	29
2.3.1 Hipotesis .....	29
2.3.2 Model Penelitian .....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
3.1 Jenis Penelitian dan Desain Penelitian.....	35
3.1.1 Jenis Penelitian.....	35
3.1.2 Desain Penelitian.....	35
3.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	38
3.2.1 Pengukuran Variabel Penelitian.....	45
3.3 Populasi dan Sample.....	46
3.3.1 Populasi.....	46

3.3.2 Sampel.....	46
3.4 Jenis, Sumber dan Teknik Pengambilan Data .....	47
3.4.1 Jenis Data .....	47
3.4.2 Sumber Data .....	48
3.4.3 Teknik Pengumpulan Data .....	48
3.5 Metode Analisis Data.....	49
3.5.1 Uji Instrumen Penelitian.....	49
3.5.1.1 Uji Validitas .....	49
3.5.1.2 Uji Reliabilitas.....	50
3.5.2 Uji Asumsi Klasik .....	50
3.5.2.1 Uji Normalitas .....	51
3.5.2.2 Uji Multikolinieritas .....	51
3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas .....	51
3.5.3 Uji Regresi Linier Berganda .....	52
3.5.4 Uji Hipotesis .....	52
3.5.4.1 Uji Parsial (uji t).....	53
3.5.4.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	53
3.5.4.3 Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	54
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>55</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	55
4.1.1 Deskripsi Data .....	55
4.1.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
4.1.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	56
4.1.2 Analisis Data.....	56
4.1.2.1 Statistik Deskriptif .....	56
4.1.3 Uji Instrumen Penelitian.....	58
4.1.3.1 Uji Validitas .....	58
4.1.3.2 Uji Reliabilitas.....	61
4.1.4 Uji Asumsi Klasik .....	61
4.1.4.1 Uji Normalitas .....	61
4.1.4.2 Uji Multikolinieritas .....	63
4.1.4.3 Uji Heteroskedastisitas .....	64
4.1.5 Uji Regresi Linear Berganda .....	66
4.1.6 Uji Hipotesis .....	67
4.1.6.1 Uji t.....	67
4.1.6.2 Uji F.....	69
4.1.6.3 Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	70
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian .....	70
4.2.1 Pengaruh Media Sosial Keputusan Pembelian .....	70
4.2.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Keputusan Pembelian .....	71
4.2.3 Pengaruh Cita Rasa Keputusan Pembelian .....	71
4.2.4 Pengaruh Media Sosial, Kualitas Pelayanan dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian.....	72
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>73</b>

5.1 Kesimpulan .....	73
5.2 Saran .....	73
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>75</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>81</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Model Penelitian .....	33
Tabel 3.1 Definisi Oprasional Variabel .....	38
Tabel 3.2 Bobot Penelitian Skala Likert .....	46
Tabel 4.1 Hasil Deskriptif Statistik Variabel .....	57
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Media Sosial (X1) .....	58
Tabel 4.3 Hasil Uji Kualitas Pelayanan (X2) .....	59
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Cita Rasa (X3) .....	60
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y) .....	60
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas .....	61
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas Kolmogrov Smirnov .....	63
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinieritas .....	63
Tabel 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	65
Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	66
Tabel 4.11 Hasil Analisis Uji T .....	68
Tabel 4.12 Hasil Uji F (Simultan) .....	69
Tabel 4.13 Hasil Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	70

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah UMKM di Indonesia Tahun 2020-2022.....	1
Gambar 1.2 UMKM Kuliner Makanan & Minuman Tahun 2020-2022 .....	2
Gambar 1.3 Penghasilan Penjualan Seblak Tahun 2023 .....	4
Gambar 1.4 Pengguna Aktif Media Sosial Tahun 2022 .....	4
Gambar 1.5 Media Sosial Untuk Berbelanja Online Tahun 2022.....	5
Gambar 1.6 Konsumen Bertransaksi di E-commerce Tahun 2022 .....	5
Gambar 1.7 Akun Media Sosial Instagram Seblak Teh Neng.....	6
Gambar 1.8 Akun Media Sosial Facebook Seblak Teh Neng .....	6
Gambar 1.9 Akun Media Sosial Tiktok Seblak Teh Neng .....	6
Gambar 3.1 Desain Penelitian.....	36
Gambar 4.1 Jenis Kelamin Responden .....	55
Gambar 4.2 Tingkat Pendidikan Responden.....	56
Gambar 4.3 Uji Normalitas dan P-Plot .....	62
Gambar 4.4 Uji Scatterplot .....	65

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Koesioner Penelitian.....	81
Lampiran 2 Tabulasi Angka Responden.....	89
Lampiran 3 Karakteristik Responden.....	101
Lampiran 4 Uji Validitas .....	102
Lampiran 5 Uji Reliabilitas .....	106
Lampiran 6 Uji Normalitas .....	108
Lampiran 7 Uji Multikolineritas dan Uji Heteroskedastisitas.....	110
Lampiran 8 Uji T dan Analisis Regresi Linear Berganda .....	110
Lampiran 9 Uji F.....	110
Lampiran 10 Uji Koefisien Determinasi .....	110
Lampiran 11 Tabel Data T Tabel .....	111
Lampiran 12 Tabel Data F Tabel .....	112
Lampiran 13 Tabel Data R Tabel .....	113
Lampiran 14 Mapping Penelitian Terdahulu Yang Relevan .....	114
Lampiran 15 SIMILARITY CHECK (TURNITIN) .....	120

***The Influence Of Social Media, Service Quality, and Taste On Purchasing Decisions At Seblak Buffet Stalls In Bekasi District (Study of Seblak Teh Neng MSMEs in North Cikarang)***

*Wulandari<sup>1</sup>  
RR. Wening Ken Widodasih<sup>2</sup>*

***ABSTRACT***

*This research aims to find out how social media, service quality and taste influence purchasing decisions at Warung Seblak Prasmanan in Bekasi Regency (Study of UMKM Seblak Teh Neng in North Cikarang). This research uses a non-probability sampling method with an incidental sampling technique with a sample size of 100 respondents. Data was collected through a questionnaire using a Likert measurement scale. This research uses the IBM SPSS Statistics 23 method. The tests used are research instruments, classical assumptions, multiple linear regression and hypothesis testing. The research results show that: 1) Social media partially has a positive and significant effect on purchasing decisions with a calculated  $t$  value greater than  $t$  table ( $1.953 > 1.66088$ ) and a significant value of  $0.054 > 0.05$ . 2) Service Quality partially has a positive and significant effect on purchasing decisions with a calculated  $t$  value greater than  $t$  table ( $4.531 > 1.66088$ ) and a significant value of  $0.000 < 0.05$ . 3) Taste partially has a positive and significant effect on purchasing decisions with the calculated  $t$  value being greater than the  $t$  table ( $4.142 > 1.66088$ ) and a significant value of  $0.000 < 0.05$ . 4) Social media, service quality and taste simultaneously have a significant influence on purchasing decisions at seblak buffet stalls, as can be seen from the significant  $F$  test of ( $0.000 < 0.05$ ).*

*Keywords : Social Media, Service Quality, Taste, Purchasing Decisions.*

**PENGARUH MEDIA SOSIAL, KUALITAS PELAYANAN, DAN CITA  
RASA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA WARUNG  
SEBLAK PRASMANAN DI KABUPATEN BEKASI  
(Studi Pada UMKM Seblak Teh Neng di Cikarang Utara)**

Wulandari<sup>1</sup>

RR. Wening Ken Widodasih<sup>2</sup>

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh media sosial, kualitas pelayanan dan cita rasa terhadap keputusan pembelian pada Warung Seblak Prasmanan di Kabupaten Bekasi (Studi Pada UMKM Seblak Teh Neng di Cikarang Utara). Penelitian ini menggunakan metode sampel non probability sampling dengan teknik sampling incidental jumlah sampel sebanyak 100 responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang menggunakan skala pengukuran likert. Penelitian ini menggunakan metode IBM SPSS Statistics 23. Pengujian yang digunakan adalah instrumen penelitian, asumsi klasik, regresi linier berganda dan uji hipotesa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Media sosial secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung lebih besar daripada t tabel ( $1,953 > 1,66088$ ) dan nilai signifikan  $0,054 > 0,05$ . 2) Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel ( $4,531 > 1,66088$ ) dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . 3) Cita rasa secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung lebih besar daripada t tabel ( $4,142 > 1,66088$ ) dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . 4) Media sosial, kualitas pelayanan dan cita rasa secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada warung seblak prasmanan, terlihat dari signifikan uji F sebesar ( $0,000 < 0,05$ ).

Kata Kunci : Media Sosial, Kualitas Pelayanan, Cita Rasa, Keputusan Pembelian.