

**PENGARUH HARGA, KEPUASAN KONSUMEN, DAN CITA RASA  
TERHADAP *WORD OF MOUTH* PADA PRODUK SOSIS SALAM DI  
KABUPATEN JOMBANG**

**SKRIPSI**



Oleh:

**Ovia Putri Rahmadani**

NPM. 22042010305

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS**

**SURABAYA**

**2026**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**PENGARUH HARGA, KEPUASAN KONSUMEN, DAN CITA RASA  
TERHADAP WORD OF MOUTH PADA PRODUK SOSIS SALAM DI  
KABUPATEN JOMBANG**

**Disusun Oleh**

**Ovia Putri Rahmadani**  
**NPM.22042010305**

**Telah Disetujui Untuk Mengikuti Ujian Skripsi**

**Menyetujui,  
Pembimbing**



**R. Yuniardi Rusdianto, S.Sos., M.Si**  
**NIP. 197206132021211003**

**Mengetahui,  
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK**



**Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si**  
**NIP. 196804182021211006**

**LEMBAR PENGESAHAN**  
**PENGARUH HARGA, KEPUASAN KONSUMEN, DAN CITA RASA**  
**TERHADAP WORD OF MOUTH PADA PRODUK SOSIS SALAM DI**  
**KABUPATEN JOMBANG**

**Disusun Oleh:**

**OVIA PUTRI RAHMADANI**  
**NPM. 22042010305**

Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi Program  
Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik Universitas  
Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Pada Tanggal 22 Mei 2026

**Menyetujui,**

**Pembimbing Utama**

a/n. 

**R. Yuniardi Rusdianto, S.Sos., M.Si**  
**NIP. 197206132021211003**

**Tim Penguji**

**1. Ketua**



**Dra. Siti Ning Farida, M.Si**  
**NIP. 196407291990032001**

**2. Sekretaris**



**Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si**  
**NIP. 196805011994032001**

**3. Anggota**



**Indah Respati Kusumasari, S.Sos., M.Si**  
**NIP. 198604172020122107**

**Mengetahui,**

**DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK**



**Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si**  
**NIP. 196804182021211006**

## SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ovia Putri Rahmadani

NPM : 22042010305

Program : Sarjana (S1)

Program Studi : Administrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah ~~Tugas Akhir~~/Skripsi/~~Tesis~~/~~Disertasi~~ ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi/~~Tesis~~/~~Disertasi~~ ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dan siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 22 Mei 2026

Yang membuat pernyataan



Ovia Putri Rahmadani

NPM. 22042010305

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT, atas berkat rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Harga, Kepuasan Konsumen, dan Cita Rasa Terhadap *Word Of Mouth* Pada Produk Sosis Salam Di Kabupaten Jombang”** sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini, tidak akan berjalan lancar tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, maka penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Bapak R. Yuniardi Rusdianto, S.Sos., M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan membantu dalam penyusunan skripsi ini. Adapun pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.M., M.A selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan dukungan kepada penulis.

4. Kepada Bapak Sirin dan Ibu Muslikah yang sangat berjasa dalam hidup penulis. Meskipun bapak ibu tidak berkesempatan untuk menempuh Pendidikan hingga bangku perkuliahan. Akan tetapi Bapak Ibu selalu mengupayakan agar anak”nya bisa menempuh pendidikan setinggi”nya. Bapak Ibu terimakasih atas usaha dan kerja kerasnya selama agar penulis bisa sampai di titik ini. Kepada kedua kakak Sunanik Afrida Nisa dan Edi Sunarko. terima kasih penulis ucapkan akan dukungan, perhatian, doa, serta semangat yang senantiasa diberikan kepada penulis dalam menempuh proses perkuliahan.
5. Seluruh sahabat dan teman-teman Administrasi Bisnis penulis yang telah memberikan dukungan selama proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini banyak terdapat kekurangan. Untuk itu, kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat di harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Dengan segala keterbatasan yang penulis miliki, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan khususnya bagi penulis.

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
ABSTRAK .....	ix
ABSTRACT.....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Landasan Teori .....	13
2.2.1 Pemasaran.....	13
2.2.2 Harga .....	16
2.2.3. Kepuasan Konsumen.....	21
2.2.4 Cita Rasa.....	23
2.2.5 <i>Word Of Mouth</i> .....	25
2.2.6 Hubungan Antar Variabel.....	27
2.3 Kerangka Berpikir .....	29
2.4 Hipotesis.....	30
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>32</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	32
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	33
3.2.1 Definisi Operasional.....	33

3.2.2 Pengukuran Variabel .....	35
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel .....	36
3.3.1 Populasi .....	36
3.3.2 Sampel.....	37
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel.....	38
3.4 Jenis, Sumber Data, dan Teknik Pengumpulan Data .....	39
3.4.1 Jenis Data .....	39
3.4.2 Sumber Data.....	39
3.4.3 Teknik Pengumpulan Data .....	40
3.5 Teknik Analisis Data .....	41
3.5.1 Kualitas Data .....	41
3.5.2 Uji Asumsi Klasik .....	43
3.5.3 Uji Regresi Linear Berganda.....	45
3.5.4 Uji Hipotesis .....	47
3.6 Waktu Penelitian .....	49
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>	<b>51</b>
4.1 Hasil Penelitian dan Penyajian Data .....	51
4.1.2 Deskripsi Hasil Penelitian .....	53
Sumber : Data diolah Peneliti 2026 .....	59
4.2 Analisis SPSS (Statistikal Package for the Social Sciens).....	59
4.2.4 Teknik Analisis Regresi Linear Berganda .....	64
4.3.4 Pengaruh Harga, Kepuasan Konsumen ,Cita Rasa Terhadap <i>Word Of Mouth</i> .....	74
<b>BAB V PENUTUPAN .....</b>	<b>76</b>
5.1 Kesimpulan .....	76
5.2 Saran.....	76
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>78</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>85</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
Tabel 3. 1 Bobot Skala Pengukuran.....	36
Tabel 3. 2 Jadwal Penelitian.....	49
Tabel 4.1 Karakteristik Responden .....	53
Tabel 4.1 Klasifikasi Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Tabel 4.2 Klasifikasi Berdasarkan Usia.....	54
Tabel 4.3 Klasifikasi Berdasarkan Pekerjaan.....	55
Tabel 4.4 Klasifikasi Berdasarkan Penghasilan.....	56
Tabel 4.4 Klasifikasi Berdasarkan Penghasilan.....	56
Tabel 4.5 Deskriptif Variabel Harga (X1).....	56
Tabel 4.6 Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen (X2).....	57
Tabel 4.7 Deskriptif Variabel Cita Rasa (X3).....	58
Tabel 4.8 Deskriptif Variabel Word Of Mouth (WOM) (Y).....	58
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	59
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas.....	61
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas Data.....	62
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	62
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	63
Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	64
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	65
Tabel 4.16 Hasil Uji T.....	66
Tabel 4.17 Hasil Uji F.....	68
Tabel 4.3 Matriks Hasil Penelitian Terdahulu.....	69

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Perkiraan Pasar <i>Frozen Food</i> .....	2
Gambar 1.2 Peringkat menurut indeks TBI Merk Sosis.....	3
Gambar 1.3 Sosis Salam.....	4
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir.....	30
Gambar 3. 1 Model Uji Regresi Linear Berganda.....	46
Gambar 3.2 Uji F.....	48
Gambar 3.3 Uji t.....	49
Gambar 4.1 Logo PBS.....	52

## ABSTRAK

**Ovia Putri Rahmadani, 22042010305, Pengaruh Harga, Kepuasan Konsumen, dan Cita Rasa terhadap *Word Of Mouth* Pada Produk Sosis Salam di Kabupaten Jombang.**

**Pembimbing : R. Yuniardi Rusdianto, S.Sos., M.Si**

Dalam persaingan antara merk produk *frozen food* yang telah beredar di Indonesia . Adapun produk *frozen food* dari Kabupaten Jombang yaitu Sosis Salam yang banyak diminati di konsumen lokal Jombang. Penelitian ini bermaksud mengetahui akan adanya pengaruh harga, kepuasan konsumen, dan cita rasa terhadap *word of mouth* di antar persaingan pasar produk *frozen food* yang persaingan sangat ketat. Pendekatan kuantitatif dengan metode survei digunakan dalam penelitian ini .Populasi yang dibutuhkan adalah yang sudah melakukan pembelian serta mengonsumsi produk Sosis Salam di Kabupaten Jombang.Penarikan sampel dijalankan menggunakan metode purposive sampling berjumlah 156 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebar kuisisioner. Metode analisis data yang diterapkan yaitu regresi linear berganda yang berfungsi mengetahui pengaruh dari beberapa variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, kepuasan konsumen, dan cita rasa secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *word of mouth*. Temuan ini menunjukkan bahwa penetapan harga yang tepat, Tingkat kepuasan konsumen yang tinggi,sera cita rasa yang sesuai dengan selera konsumen dapat mendorong konsumen untuk merekomendasikan produk kepada konsumen lain, sehingga penting bagi perusahaan untuk mengelola ketiga factor terset agar meningkatkan pemasaran berbasis *word of mouth*.

**Kata Kunci : Harga, Kepuasan Konsumen, Cita Rasa , *Word Of Mouth***

## ABSTRACT

*Ovia Putri Rahmadani, 22042010305, The Influence of Price, Customer Satisfaction, and Taste on Word-of-Mouth for Salam Sausage Products in Jombang Regency.*

*Advisor : : R. Yuniardi Rusdianto, S.Sos., M.Si*

In the competition among frozen food brands currently available in Indonesia, the frozen food product from Jombang Regency Sosis Salam is highly sought after by local consumers in Jombang. This study aims to determine the influence of price, consumer satisfaction, and taste on word-of-mouth within the highly competitive frozen food market. A quantitative approach using a survey method was employed in this study. The target population consisted of individuals who had purchased and consumed Sosis Salam products in Jombang Regency. Sampling was conducted using purposive sampling, yielding a sample size of 156 respondents. Data collection was conducted by distributing questionnaires. The data analysis method applied was multiple linear regression, which serves to determine the influence of several independent variables on the dependent variable. The results of the study indicate that price, consumer satisfaction, and taste have a positive and significant influence on word-of-mouth, both partially and simultaneously. These findings indicate that appropriate pricing, high levels of consumer satisfaction, and taste that aligns with consumer preferences can encourage consumers to recommend products to others. Therefore, it is crucial for companies to manage these three factors to enhance word-of-mouth marketing.

**Keywords: Price, Consumer Satisfaction, Taste, Word of Mouth**