

**PENGARUH SENSORY MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN ROTI'O**

(Studi pada Gerai Roti'O di Stasiun Kereta Api Kota Surabaya)

SKRIPSI



Oleh :

Aisyatul Lathifah
NPM. 22042010296

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA**

2026

**PENGARUH SENSORY MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN ROTI'O**

(Studi pada Gerai Roti'O di Stasiun Kereta Api Kota Surabaya)

SKRIPSI



Oleh :

Aisyatul Lathifah
NPM. 22042010296

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

FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

SURABAYA

2026

LEMBARAN PERSETUJUAN UNTUK MENGIKUTI UJIAN SKRIPSI

PENGARUH SENSORY MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ROTI'O

(Studi Pada Gerai Roti'O di Stasiun Kereta Api Kota Surabaya)

Disusun Oleh:

AISYATUL LATHIFAH

NPM. 22042010296

Telah Disetujui Untuk Mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

Pembimbing Utama



Dra. Sonja Andarini, M.Si

NIP. 196503261993092001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik



Prof. Dr. Catur Surarnoaji, M.Si

NIP. 196804182021231006

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH SENSORY MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN ROTI'O

(Studi Pada Gerai Roti'O di Stasiun Kereta Api Kota Surabaya)

Oleh:

AISYATUL LATHIFAH
NPM. 22042010296

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 15 Juli 2026

Pembimbing Utama


Dra. Sonja Andarini, M.Si
NIP. 196503261993092001

Tim Penguji

1. Ketua


Budi Prabowo, S.Sos., MM
NIP. 196210161988031001

2. Sekretaris


Dr. Jojok Dwiridotjahjono, M.Si
NIP. 1970011012021211004

3. Anggota


Dra. Sonja Andarini, M.Si
NIP. 196503261993092001

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 : Aisyatul Lathifah

NPM : 22042010296

Program : Sarjana (S1)

Program Studi : Administrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik

Menyatakan bahawa dokumen ilmiah Skripsi 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 di tulis atau di sebutkan 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 ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

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

Surabaya, 15 Juni 2026

Yang membuat pernyataan


Aisyatul Lathifah

NPM. 22042010296

ABSTRAK

PENGARUH SENSORY MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ROTI'O (Studi pada Gerai Roti'O di Stasiun Kereta Api Kota Surabaya)

Persaingan industri *bakery* yang ketat mendorong perusahaan untuk menerapkan strategi pemasaran berbasis pengalaman sensorik agar memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *sensory marketing* yang terdiri dari aroma, cita rasa, dan visual terhadap keputusan pembelian produk Roti'O. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 196 responden yang pernah melakukan pembelian produk Roti'O di gerai Stasiun Gubeng Surabaya, Stasiun Pasarturi Surabaya, dan Stasiun Wonokromo. Pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dan analisis data dilakukan menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan program IBM SPSS Statistics 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan, aroma, cita rasa, dan visual berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara parsial variabel aroma dan cita rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan variabel visual tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,517 menunjukkan bahwa keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel aroma, cita rasa, dan visual sebesar 51,7%, sedangkan sisanya sebesar 48,3% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian. Dengan demikian, aroma dan cita rasa merupakan variabel utama yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen Roti'O, sedangkan visual belum menjadi variabel utama dalam mendorong keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Sensory Marketing*, Pemasaran, Keputusan Pembelian

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan Skripsi berjudul "Pengaruh *Sensory Marketing* terhadap Keputusan Pembelian Roti'O (Studi pada Gerai Roti'O di Stasiun Kereta Api Kota Surabaya)" tepat pada waktunya. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik Universitas Pembangunan "Veteran" Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini tidak dapat berjalan lancar tanpa bantuan berbagai pihak yang telah memberikan bantuan, dorongan, dan saran agar penyusunan skripsi ini cepat selesai. Oleh karena itu, penulis mengucapkan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada: , terutama kepada Ibu Sonja Andarini, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan waktu, arahan, motivasi, dan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini. Selain itu, penulis juga ingin menyampaikan banyak ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik Universitas Pembangunan "Veteran" Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos., MM., MA, Selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan "Veteran" Jawa Timur.
3. Terima kasih kepada Ibu Sonja Andarini, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, arahan, motivasi dan dukungan kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.

4. Dosen – dosen Program Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan ilmunya dan memberikan masukan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Segenap dosen dan staf Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik Universitas Pembangunan “Veteran” Jawa Timur.
6. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada kedua orang tua tercinta, Abah dan Umik. Terima kasih atas doa yang tidak pernah putus, kasih sayang yang tulus, serta segala pengorbanan yang telah menjadi sumber kekuatan bagi penulis dalam menempuh dan menyelesaikan pendidikan ini. Terima kasih atas segala dukungan, baik moral maupun material, serta segala fasilitas dan kenyamanan yang telah diberikan selama masa perkuliahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Terima kasih karena selalu berusaha memenuhi kebutuhan dan mendukung setiap langkah yang penulis tempuh dalam meraih cita-cita. Lebih dari itu, terima kasih atas cinta, perhatian, kesabaran, dan kepercayaan yang senantiasa diberikan kepada penulis. Semoga segala kebaikan, pengorbanan, dan kasih sayang yang telah Abah dan Umik berikan senantiasa mendapat balasan terbaik dari Allah SWT. Penulis sangat bersyukur memiliki Abah dan Umik, serta akan selalu menyayangi dan mendoakan keduanya.
7. Terima kasih yang tulus penulis sampaikan kepada abang tercinta. Terima kasih atas segala dukungan, perhatian, dan kasih sayang yang selalu diberikan kepada penulis selama menempuh pendidikan. Terima kasih atas bantuan yang tidak pernah putus, baik dalam memberikan dukungan moral maupun material,

termasuk selalu membantu memenuhi kebutuhan penulis selama perkuliahan. Terima kasih telah dengan sabar meluangkan waktu untuk mengantarkan penulis ke Surabaya setiap minggunya serta selalu bersedia membantu ketika penulis membutuhkan. Segala perhatian, pengorbanan, dan kasih sayang yang telah diberikan menjadi penyemangat bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kesehatan, keberkahan, perlindungan, serta membalas segala kebaikan yang telah diberikan. Penulis sangat bersyukur memiliki seorang abang yang selalu hadir dan mendukung dalam setiap langkah perjalanan ini.

8. Penulis sampaikan kepada sahabat tercinta, Sava dan Widia. Terima kasih telah menjadi sahabat yang selalu hadir, memberikan semangat, doa, dan dukungan kepada penulis selama menempuh perkuliahan hingga menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih karena selalu menyambut dan menunggu kepulangan penulis ke kampung halaman, sehingga setiap kepulangan selalu terasa hangat dan penuh kebahagiaan. Terima kasih pula karena telah meluangkan waktu untuk datang ke Surabaya, menemani penulis, serta menciptakan banyak kenangan yang menjadi penyemangat di tengah kesibukan perkuliahan. Semoga persahabatan yang telah terjalin selama ini senantiasa diberkahi, dipenuhi kebahagiaan, dan tetap terjaga hingga kapan pun. Penulis sangat bersyukur memiliki sahabat seperti kalian.
9. Tidak lain juga terima kasih yang tulus penulis sampaikan kepada sahabat tercinta selama masa perkuliahan, yaitu Ummi, Saskia, dan Putri. Terima kasih telah menjadi teman seperjuangan sejak awal memasuki bangku perkuliahan

hingga akhirnya bersama-sama menyelesaikan perjalanan untuk meraih gelar sarjana. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, semangat, serta kerja sama yang telah diberikan selama menjalani berbagai proses perkuliahan. Terima kasih karena selalu meluangkan waktu untuk menemani penulis di kos, berbagi cerita, menjadi tempat penulis mencurahkan keluh kesah, serta saling menguatkan dalam menghadapi berbagai tantangan selama masa perantauan. Meskipun ruang kos penulis sederhana dan tidak begitu luas, kehadiran kalian selalu menghadirkan kehangatan dan banyak kenangan yang akan selalu penulis ingat. Terima kasih juga karena selalu menghargai setiap momen kebersamaan, termasuk menikmati masakan sederhana seperti spageti buatan penulis, yang menjadi bagian dari cerita indah selama perkuliahan. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan, kemudahan, keberkahan, serta kesuksesan dalam setiap langkah yang akan ditempuh. Semoga persahabatan yang telah terjalin ini tetap terjaga hingga kapan pun.

10. Terakhir, penulis mengucapkan terima kasih kepada *nickname* Dji Sam Soe, Gen, Plankton, dan Sank. Terima kasih telah menjadi teman yang selalu menemani penulis melewati malam-malam yang penuh dengan tugas, revisi, dan berbagai tantangan selama menyelesaikan perkuliahan. Kehadiran kalian melalui setiap obrolan, candaan, serta kebersamaan telah menjadi penghibur yang membuat penulis merasa tidak pernah menghadapi semuanya seorang diri. Terima kasih karena selalu bersedia mendengarkan setiap cerita, keluh kesah, serta memberikan saran dan nasihat yang begitu berarti bagi penulis. Dukungan sederhana yang kalian berikan menjadi salah satu penyemangat bagi penulis

untuk terus melangkah hingga akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis sangat bersyukur dapat mengenal dan memiliki teman-teman seperti kalian. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kesehatan, kebahagiaan, keberkahan, serta kesuksesan dalam setiap langkah kehidupan kalian.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan belum sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun sebagai bahan perbaikan di masa yang akan datang. Besar harapan penulis agar skripsi ini dapat memberikan manfaat, menambah wawasan, serta menjadi referensi bagi pembaca maupun peneliti selanjutnya yang tertarik mengkaji bidang pemasaran, khususnya mengenai *sensory marketing* dan keputusan pembelian. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah menjadi bagian dari perjalanan ini. Semoga segala kebaikan, doa, dan dukungan yang telah diberikan mendapatkan balasan terbaik dari Allah SWT.

Surabaya, 15 Juli 2026

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Landasan Teori	15
2.2.1 Pemasaran	15
2.2.2 Perilaku Konsumen	19
2.2.3 Sensory Marketing	23
2.2.4 Aroma.....	25
2.2.5 Cita Rasa	27
2.2.6 Visual.....	29
2.2.7 Keputusan Pembelian.....	31
2.3 Hubungan Antar Variabel	36
2.3.1 Hubungan <i>Sensory Marketing</i> (Aroma, Cita Rasa, Visual) dengan Keputusan Pembelian.....	36
2.3.2 Hubungan Aroma dengan Keputusan Pembelian.....	36
2.3.3 Hubungan Cita Rasa dengan Keputusan Pembelian	37
2.3.4 Hubungan Visual dengan Keputusan Pembelian	37
2.4 Kerangka Berpikir.....	38
2.5 Hipotesis.....	39
BAB III METODE PENELITIAN	41

3.1	Jenis Penelitian.....	41
3.2	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	42
3.2.1	Definisi Operasional.....	42
3.2.2	Pengukuran Variabel	46
3.3	Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	47
3.3.1	Populasi	47
3.3.2	Sampel.....	49
3.3.3	Teknik Penarikan Sampel.....	50
3.4	Teknik pengumpulan data	52
3.4.1	Jenis dan Sumber Data	52
3.4.2	Metode Pengumpulan Data	52
3.5	Teknik Analisis Data	53
3.5.1	Statistik Deskriptif.....	53
3.5.2	Uji Kualitas Data.....	54
3.5.3	Uji Asumsi Klasik	55
3.5.4	Analisis Regresi Linear Berganda.....	57
3.5.5	Uji Hipotesis.....	58
3.6	Waktu Penelitian	62
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		63
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	63
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian	64
4.2.1	Deskripsi Karakteristik Responden.....	64
4.2.2	Deskripsi Variabel Penelitian	66
4.3	Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	78
4.3.1	Statistik Deskriptif	78
4.3.2	Uji Instrumen Penelitian	79
4.3.3	Uji Asumsi Klasik	83
4.3.4	Analisis Regresi Linear Berganda.....	86
4.3.5	Uji Hipotesis.....	88
4.3.6	Koefisien Determinasi (R^2).....	91
4.4	Pembahasan Hipotesis.....	91
4.4.1	Pengaruh Secara Simultan (X_1), (X_2), dan (X_3) Terhadap (Y)....	91

4.4.2 Pengaruh (X1) Terhadap (Y).....	93
4.4.3 Pengaruh (X2) Terhadap (Y).....	95
4.4.4 Pengaruh (X3) Terhadap (Y).....	98
4.5 Kendala Penelitian	100
4.6 Perbandingan Hasil Penelitian dengan Penelitian Terdahulu.....	101
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	107
5.1 Kesimpulan	107
5.2 Saran.....	108
DAFTAR PUSTAKA.....	110
LAMPIRAN.....	114

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
Tabel 3.1 Variabel Aroma.....	42
Tabel 3.2 Variabel Cita Rasa	44
Tabel 3.3 Variabel Visual.....	45
Tabel 3.4 Variabel Keputusan Pembelian.....	46
Tabel 3.5 Waktu Penelitian.....	62
Tabel 4. 1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
Tabel 4. 2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	65
Tabel 4. 3 Deskripsi Responden Berdasarkan Lokasi Pembelian	65
Tabel 4. 4 Rekapitulasi Jawaban Responden mengenai Variabel Aroma.....	66
Tabel 4. 5 Rekapitulasi Jawaban Responden mengenai Variabel Cita Rasa	70
Tabel 4. 6 Rekapitulasi Jawaban Responden mengenai Variabel Visual	73
Tabel 4. 7 Rekapitulasi Jawaban Responden mengenai Variabel Keputusan Pembelian.....	76
Tabel 4. 8 Statistik Deskriptif.....	79
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Variabel Aroma	80
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Variabel Cita Rasa	80
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Variabel Visual	81
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	81
Tabel 4. 14 Hasil Uji Reliabilitas	82
Tabel 4. 15 Hasil Uji Normalitas.....	83
Tabel 4. 16 Hasil Uji Multikolinearitas.....	84
Tabel 4. 17 Hasil Uji Heteroskedasitas	85
Tabel 4. 18 Hasil Analisa Regresi Linear Berganda	86
Tabel 4. 19 Hasil Uji F	88
Tabel 4. 20 Hasil Uji t	89
Tabel 4. 21 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	91
Tabel 4. 22 Perbandingan Hasil Penelitian dengan Penelitian Terdahulu.....	102

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Gerai Roti'O di Indonesia	2
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	39
Gambar 3.1 Kurva Distribusi F	59
Gambar 3.2 Kurva Distribusi t (Dua Arah)	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner penelitian	114
Lampiran 2 Tabulasi Data Karakteristik Responden.....	118
Lampiran 3 Tabulasi Data Jawaban Responden.....	127
Lampiran 4 Hasil Output SPSS Statistik Deskriptif	138
Lampiran 5 Hasil Output SPSS Uji Validitas Variabel Aroma (X1).....	138
Lampiran 6 Hasil Output SPSS Uji Validitas Variabel Cita Rasa (X2)	139
Lampiran 7 Hasil Output SPSS Uji Validitas Variabel Visual (X3).....	139
Lampiran 8 Hasil Output SPSS Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	140
Lampiran 9 Hasil Output SPSS Uji Reliabilitas Variabel Aroma (X1).....	140
Lampiran 10 Hasil Output SPSS Uji Reliabilitas Variabel Cita Rasa (X2)	140
Lampiran 11 Hasil Output SPSS Uji Reliabilitas Variabel Visual (X3).....	140
Lampiran 12 Hasil Output SPSS Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	141
Lampiran 13 Hasil Output SPSS Uji Normalitas	141
Lampiran 14 Hasil Output SPSS Uji Multikolinearitas	141
Lampiran 15 Hasil Output SPSS Uji Heteroskedastisitas.....	142
Lampiran 16 Hasil Output SPSS Uji F	142
Lampiran 17 Hasil Output SPSS Uji t.....	142
Lampiran 18 Hasil Output SPSS Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	142
Lampiran 19 LOA Jurnal Sinta 3	143
Lampiran 20 Hasil Pemeriksaan Tingkat Plagiarisme	144