

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM)  
DAN CITA RASA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
PADA DAPUR HAJI HASAN**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Manajemen**



**Oleh**

**Shakillah Dini Ainurayyan**

**222711019**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI TRI BHAKTI  
BEKASI  
2026**

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Shakillah Dini Ainurayyan  
Nomor Induk Mahasiswa : 222711019  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh *Electronic Word of Mouth* (E-WOM)  
dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Pelanggan  
pada Dapur Haji Hasan

Skripsi tersebut telah disetujui dan diterima baik sebagai salah satu karya ilmiah mahasiswa yang bersangkutan sebagai salah satu syarat untuk mendapat gelar sarjana pada Program Studi Strata Satu Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti.

Bekasi, 27 Juli 2026

Mengetahui,

**Ketua Program Studi Manajemen**

**Dosen Pembimbing**



**Stella Nathasya, S.M., M.M**  
**NUPTK: 9546774675230273**



**Dr. Eddy Setyanto, S. Sos., M.Si**  
**NIDN: 0325107402**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM)  
DAN CITA RASA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
PADA DAPUR HAJI HASAN**

**Oleh**

**Shakillah Dini Ainurayyan**

**222711019**

**SKRIPSI**

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar sarjana  
Manajemen

Telah disetujui oleh tim penguji pada tanggal seperti tertera di bawah ini  
Bekasi, 10 Agustus 2026

**Ketua Tim Penguji**



**Ir. Prilia Haliawan, M.M., C.QAP**  
**NIDN : 0430047303**

**Anggota Tim Penguji 1**



**Dr. Sofia Maulida, SE., MM.**  
**NUTPK : 4541756657230112**

**Anggota Tim Penguji 2**



**Dr. Eddy Setyanto., S.Sos., M.Si.**  
**NIDN: 0325107402**

**SURAT KELAYAKAN KEASLIAN KARYA TULIS**  
**PROGRAM STUDI S.1 MANAJEMEN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana Manajemen, di STIE Tri Bhakti maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dosen pembimbing dan penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Bekasi, 27 Juli 2026



**Shakillah Dini Ainurayyan**  
**NIM: 222711019**



**SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA  
ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Shakillah Dini Ainurayyan  
NIM : 222711019  
Perguruan Tinggi : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti  
Program Studi : S1 Manajemen

Dengan ini saya menyetujui untuk memberikan izin kepada **Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti**, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalti-Free Right*) atas karya ilmiah ini berjudul “Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Dapur Haji Hasan”, beserta perangkat yang diperlukan (apabila ada).

Dengan **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** ini pihak **Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti** berhak menyimpan, mengalih-media atau format-kan, mengelolanya dalam pangkalan data (*database*). Mendistribusikan dan menampilkan atau mempublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari kami selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta karya ilmiah tersebut.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak **Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti**, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Bekasi, 27 Juli 2026  
Yang membuat pernyataan



**Shakillah Dini Ainurayyan**  
**NIM: 222711019**

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **Motto**

“Hidup bukan saling mendahului, bermimpilah sendiri-sendiri”  
(Baskara putra)

*“The long and winding road.”*  
(The Beatles)

*“It’s not about how much we lost. It’s about how much we have left”*  
(Tony Stark)

### **Persembahan**

Skripsi ini penulis persembahkan untuk kedua orang tua, Ummi Yuli dan Abah Danil terimakasih selalu berjuang dan mengusahakan segala cara untuk penulis bisa mendapatkan pendidikan yang terbaik, semoga pintu rezeki selalu terbuka untuk Ummi dan Abah. Tolong Teptap sehat dan panjang umur supaya bisa menemani kaki disetiap perjalanan yang akan kaki tempuh.

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) dan cita rasa terhadap kepuasan pelanggan pada Dapur Haji Hasan. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Dapur Haji Hasan. Jumlah sampel penelitian ini sebanyak 100 responden dengan teknik pengambilan sampel *non-probability sampling* menggunakan metode *purposive sampling*, dengan kriteria responden yang pernah melakukan pembelian di Dapur Haji Hasan dan berusia minimal 17 tahun. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala *Likert*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang ditunjukkan oleh nilai  $t$  hitung sebesar  $5,531 > t$  tabel sebesar  $1,985$  dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Selanjutnya, variabel cita rasa secara parsial juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang ditunjukkan oleh nilai  $t$  hitung sebesar  $5,244 > t$  tabel sebesar  $1,985$  dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Secara simultan, variabel *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) dan cita rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang ditunjukkan oleh nilai  $F$  hitung sebesar  $5,280 > F$  tabel sebesar  $3,090$  dengan nilai signifikansi  $0,00 < 0,05$ . Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai Adjusted R Square sebesar  $0,504$ , yang berarti bahwa *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) dan cita rasa mampu menjelaskan variasi kepuasan pelanggan sebesar  $50,4\%$ , sedangkan sisanya sebesar  $49,6\%$  dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Penelitian ini membuktikan bahwa *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) dan cita rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Dapur Haji Hasan.

**Kata kunci:** *Electronic Word of Mouth* (E-WOM), Cita Rasa, Kepuasan Pelanggan

## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the influence of Electronic Word of Mouth (E-WOM) and taste on customer satisfaction at Dapur Haji Hasan. This study employed a quantitative research design. The population consisted of all customers of Dapur Haji Hasan. A total of 100 respondents were selected using a non-probability sampling technique with a purposive sampling method. The sampling criteria included customers who had purchased products from Dapur Haji Hasan and were at least 17 years of age. Data were collected through the distribution of questionnaires using a Likert scale. The results of the study indicate that, partially, the Electronic Word of Mouth (E-WOM) variable has a positive and significant effect on customer satisfaction, as indicated by a t-value of 5.531, which is greater than the t-table value of 1.985, with a significance value of  $0.000 < 0.05$ . Likewise, the taste variable also has a positive and significant effect on customer satisfaction, as indicated by a t-value of 5.244, which is greater than the t-table value of 1.985, with a significance value of  $0.000 < 0.05$ . Simultaneously, Electronic Word of Mouth (E-WOM) and taste have a positive and significant effect on customer satisfaction, as indicated by an F-value of 5.280, which is greater than the F-table value of 3.090, with a significance value of  $0.000 < 0.05$ . The coefficient of determination test showed an Adjusted R Square value of 0.504, indicating that Electronic Word of Mouth (E-WOM) and taste jointly explain 50.4% of the variation in customer satisfaction, while the remaining 49.6% is explained by other factors outside the scope of this study. This study concludes that Electronic Word of Mouth (E-WOM) and taste have a positive and significant effect on customer satisfaction at Dapur Haji Hasan.*

**Keywords:** *Electronic Word of Mouth (E-WOM), Taste, Customer Satisfaction.*



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan Rahmat dan Hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* (E-WOM) dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Dapur Haji Hasan” Tujuan penulisan skripsi ini yaitu untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan Strata pendidikan S1 Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti.

Penyusunan skripsi ini tidak akan terlaksana dengan baik tanpa adanya dukungan, bantuan, serta kontribusi dari berbagai pihak yang telah memberikan dorongan baik moril maupun materil kepada peneliti selama proses penelitian. Oleh karena itu, pada kesempatan yang berharga ini, peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada pihak-pihak yang berperan penting, antara lain kepada:

1. Bapak Drs. Widayatmoko, M.M., M.Ikom, selaku Ketua STIE Tri Bhakti.
2. Ibu Stella Natasha, S.M., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen STIE Tri Bhakti.
3. Bapak Dr. Eddy Setyanto, S.Sos.,M.Si, selaku dosen pembimbing skripsi penulis, penulis ucapkan terimakasih sudah senantiasa meberikan arahan dan juga doa disetiap langkah yang penulis ambil, sehat dan pajang umur, pak.
4. Bapak Drs. Tigor Hutapea, ME, selaku penasihat akademik Program Studi Manajemen STIE Tri Bhakti.
5. Bapak dan Ibu dosen pengajar Program Studi Manajemen yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat bagi peneliti.
6. Dapur Haji Hasan yang sudah memberikan izin untuk penulis melakukan penelitian tugas akhir, penulis ucapkan banyak terimakasih.
7. Teruntuk Nenek Penulis, Nyai izinkan penulis mengucapkan semua beban yang bercampur bangga telah aku rengkuh, semua berpihak kepadaku, pasti doamu yang lancarkan upayaku, mesti doa yang meluncur dari bibirmu, dan yang aku tau kau takkan pernah berhenti untuk tumbuhku kini, semoga sesuai

dengan yang kau impi, tetaplah sehat dan panjang umur ne.

8. Teruntuk Bibi Dede, Abi Eko, Teh Dona penulis ucapkan banyak terimakasih untuk dukungan dan doa yang selama ini diberikan kepada penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Tertuntuk adik-adik tersayang Bilqis, Naeema, Sheeza penulis berterimakasih untuk segala tingkah lucu dan hiburan yang kalian ciptakan untuk penulis disaat lelah dalam proses penulisan tugas akhir ini.
10. Untuk Alm Ayah penulis, Ahmad Wahyu. Walau waktu kita terbatas, banyak hal yang kita lewatkan namun penulis berharap pencapaian ini bisa membuktikan bahwa penulis yang ayah kenal sebagai “kaci” sudah sudah sampai disini yah, menjadi sarjana.
11. Teruntuk grup “panitia” yang berisi (Kiki, Bibah, Billa, Nana, Ucup, Aming) sampailah akhir dari cerita kita di perjalanan mendapatkan gelar sarjana, terimakasih sudah membersamai penulis dari awal perjalanan ini. Besar harapan penulis untuk kita terus bersama-sama untuk menggapai semua rencana yang sudah ada didepan mata. Sehat dan panjang umur untuk kita dan pertemanan kita.
12. Nazwa, Hani, Devara, Sabrina, Raika selaku teman-teman penulis doa dan semangat yang selalu kalian berikan menguatkan penulis untuk melanjutkan tugas akhir ini. Ucapan terimakasih dari penulis untuk kalian semua.
13. Ka Ratna dan Ka Geno, penulis berterimakasih untuk segala bentuk dukungan juga doa untuk penulis bisa menyusul kalian sebagai sarjana manajemen.
14. Teruntuk nanan, kucing lucu dan baik hati meskipun nanan tidak menemani penulis sampai akhir tapi kenangan saat bersama menjadikan penulis untuk tetap semangat pada perkuliahan, baik-baik diatas sana nan, kaci sayang nanan.
15. Zoro, kucing juga teman penulis selama melakukan penelitian ini. Penulis ucapkan terimakasih untuk tingkah laku yang menggemaskan, besar harapan

penulis agar kamu sehat dan panjang umur untuk melihat perjalanan panjang penulis.

16. Untuk film dan series marvel yang selalu membuat penulis bisa istirahat sejenak, penulis ucapkan terimakasih.
17. Terimakasih untuk playlist “lagi di jalan pulang” , “*bless my ears*” dan “143rex” di *spotify* yang selalu menemani penulis menyelesaikan tugas akhir ini dengan mental yang sehat.
18. Terakhir, dari banyak ucapan terima kasih yang penulis sampaikan, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Shakillah Dini Ainurayyan, selaku penulis sendiri, yang telah bertahan, berproses, dan menyelesaikan setiap tahap dalam perjalanan penyusunan skripsi ini. Terima kasih karena telah tetap melangkah meskipun tidak selalu mudah, tetap bertahan ketika rasanya ingin menyerah, dan tetap percaya bahwa setiap proses akan membawa pada suatu titik yang berarti. Seperti penggalan lirik dalam lagu “*Let It Be*” karya The Beatles, “*There will be an answer, let it be.*” Kalimat sederhana tersebut menjadi pengingat bagi penulis untuk menerima setiap proses, percaya pada perjalanan, dan tidak terlalu takut pada hal-hal yang belum diketahui. Skripsi ini menjadi bukti bahwa penulis telah sampai pada titik ini dengan segala usaha, doa, air mata, keraguan, dan keteguhan yang telah diberikan. Terima kasih telah bertahan sejauh ini, Killa. *You made it.*

Bekasi, 27 Juli 2026  
Yang membuat pernyataan

**Shakillah Dini Ainurayyan**  
**NIM: 222711019**

## DAFTAR ISI

|                                                                                                |              |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| <b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>                                                        | <b>i</b>     |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>                                                                 | <b>ii</b>    |
| <b>SURAT KELAYAKAN KEASLIAN KARYA TULIS PROGRAM STUDI S.1<br/>MANAJEMEN .....</b>              | <b>iii</b>   |
| <b>SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH<br/>UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK.....</b> | <b>iv</b>    |
| <b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>                                                              | <b>v</b>     |
| <b>ABSTRAK .....</b>                                                                           | <b>vi</b>    |
| <b><i>ABSTRACT</i> .....</b>                                                                   | <b>viii</b>  |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                                                                     | <b>ix</b>    |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                                                         | <b>xii</b>   |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                                                                      | <b>xvi</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                                                                      | <b>xvii</b>  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>                                                                   | <b>xviii</b> |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                                                                  | <b>1</b>     |
| 1.1 Latar Belakang .....                                                                       | 1            |
| 1.2 Identifikasi Masalah .....                                                                 | 12           |
| 1.3 Batasan Penelitian .....                                                                   | 12           |
| 1.4 Rumusan Masalah .....                                                                      | 13           |
| 1.5 Tujuan Penelitian .....                                                                    | 13           |
| 1.6 Manfaat Penelitian .....                                                                   | 14           |
| 1.7 Sistematika Penelitian .....                                                               | 15           |
| <b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>                                                             | <b>17</b>    |
| 2.1 Landasan Teori.....                                                                        | 17           |
| 2.1.1 Manajemen Pemasaran.....                                                                 | 17           |
| 2.1.1.1 Definisi Manajemen Pemasaran.....                                                      | 17           |
| 2.1.1.2 Tujuan Manajemen Pemasaran .....                                                       | 18           |
| 2.1.2 Teori Perilaku Konsumen .....                                                            | 19           |
| 2.1.2.1 Definisi Perilaku Konsumen .....                                                       | 19           |

|                                        |                                                         |           |
|----------------------------------------|---------------------------------------------------------|-----------|
| 2.1.2.2                                | Faktor – Faktor Perilaku Konsumen .....                 | 19        |
| 2.1.3                                  | <i>Electronic Word of Mouth</i> (E-WOM) .....           | 23        |
| 2.1.3.1                                | Definisi <i>Electronic Word of Mouth</i> (E-WOM) .....  | 23        |
| 2.1.3.2                                | Dimensi <i>Electronic Word of Mouth</i> (E-WOM) .....   | 23        |
| 2.1.3.3                                | Indikator <i>Electronic Word of Mouth</i> (E-WOM) ..... | 25        |
| 2.1.4                                  | Cita Rasa .....                                         | 27        |
| 2.1.4.1                                | Dimensi Cita Rasa.....                                  | 27        |
| 2.1.4.2                                | Dimensi Cita Rasa.....                                  | 28        |
| 2.1.4.3                                | Indikator Cita Rasa.....                                | 28        |
| 2.1.5                                  | Kepuasan Pelanggan .....                                | 29        |
| 2.1.5.1                                | Definisi Kepuasan Pelanggan .....                       | 29        |
| 2.1.5.2                                | Dimensi Kepuasan Pelanggan.....                         | 30        |
| 2.1.5.3                                | Indikator Kepuasan Pelanggan.....                       | 30        |
| 2.2                                    | Penelitian Terdahulu .....                              | 32        |
| 2.3                                    | Kerangka Penelitian .....                               | 41        |
| 2.4                                    | Hipotesis Penelitian.....                               | 41        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b> |                                                         | <b>45</b> |
| 3.1                                    | Desain Penelitian.....                                  | 45        |
| 3.1.1                                  | Tujuan Penelitian .....                                 | 45        |
| 3.1.2                                  | Paradigma Penelitian.....                               | 45        |
| 3.1.3                                  | Metodologi Penelitian .....                             | 46        |
| 3.1.4                                  | Strategi Penelitian .....                               | 46        |
| 3.1.5                                  | Unit Analisis .....                                     | 46        |
| 3.1.6                                  | Keterlibatan Penelitian .....                           | 46        |
| 3.1.7                                  | Latar Penelitian .....                                  | 47        |
| 3.1.8                                  | Waktu Pelaksanaan .....                                 | 47        |
| 3.2                                    | Definisi Operasional.....                               | 48        |
| 3.2.1                                  | Variabel Terikat (Dependen).....                        | 49        |
| 3.2.2                                  | Variabel Bebas (Independen).....                        | 50        |
| 3.3                                    | Populasi dan Sampel .....                               | 52        |



|                                                    |                                                  |           |
|----------------------------------------------------|--------------------------------------------------|-----------|
| 3.3.1                                              | Populasi .....                                   | 52        |
| 3.3.2                                              | Sampel .....                                     | 53        |
| 3.4                                                | Sumber Data .....                                | 55        |
| 3.4.1                                              | Data Primer .....                                | 55        |
| 3.4.2                                              | Data Sekunder .....                              | 56        |
| 3.5                                                | Teknik Pengumpulan Data .....                    | 56        |
| 3.6                                                | Teknik Analisis Data .....                       | 57        |
| 3.6.1                                              | Uji Instrumen Penelitian .....                   | 57        |
| 3.6.1.1                                            | Uji Validitas .....                              | 57        |
| 3.6.1.2                                            | Reliabilitas .....                               | 58        |
| 3.6.2                                              | Uji Asumsi Klasik .....                          | 58        |
| 3.6.2.1                                            | Uji Normalitas .....                             | 58        |
| 3.6.2.2                                            | Uji Multikolinearitas .....                      | 59        |
| 3.6.2.3                                            | Uji Heteroskedastisitas .....                    | 59        |
| 3.6.3                                              | Analisis Data .....                              | 60        |
| 3.6.3.1                                            | Analisis Regresi Linier Berganda .....           | 60        |
| 3.6.4                                              | Uji Hipotesis .....                              | 60        |
| 3.6.4.1                                            | Uji Parsial (Uji t) .....                        | 60        |
| 3.6.4.2                                            | Uji Simultan (Uji f) .....                       | 61        |
| 3.6.5                                              | Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....        | 61        |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN.....</b> |                                                  | <b>63</b> |
| 4.1                                                | Gambaran Umum Objek Penelitian .....             | 63        |
| 4.1.1                                              | Sejarah Perusahaan .....                         | 63        |
| 4.1.2                                              | Logo Perusahaan .....                            | 65        |
| 4.2                                                | Hasil Penelitian .....                           | 65        |
| 4.2.1                                              | Karakteristik Responden .....                    | 65        |
| 4.2.1.1                                            | Karakteristik Responden Berdasarkan Gender ..... | 65        |
| 4.2.1.2                                            | Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....   | 66        |
| 4.2.1.3                                            | Karakteristik Berdasarkan Domisili .....         | 66        |
| 4.2.1.4                                            | Karakteristik Responden Berdasarkan Status ..... | 67        |

|                                                                                                |            |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 4.2.2 Uji Instrumen .....                                                                      | 68         |
| 4.2.2.1 Uji Validitas .....                                                                    | 68         |
| 4.2.2.2 Uji Reliabilitas .....                                                                 | 70         |
| 4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....                                                                   | 71         |
| 4.2.3.1 Uji Normalitas.....                                                                    | 71         |
| 4.2.3.2 Uji Multikolinearitas .....                                                            | 73         |
| 4.2.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....                                                           | 74         |
| 4.2.4 Analisis Data .....                                                                      | 76         |
| 4.2.4.1 Uji Regresi Linier Berganda .....                                                      | 76         |
| 4.2.5 Uji Hipotesis .....                                                                      | 77         |
| 4.2.5.1 Uji t .....                                                                            | 77         |
| 4.2.5.2 Uji f .....                                                                            | 78         |
| 4.2.5.3 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....                                               | 79         |
| 4.3 Pembahasan Hasil Penelitian .....                                                          | 80         |
| 4.3.1 Pembahasan Hasil Tanggapan Kuesioner .....                                               | 81         |
| 4.4 Pembahasan Hasil Penelitian .....                                                          | 86         |
| 4.4.1 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> (E-WOM) Terhadap Kepuasan Pelanggan .....       | 86         |
| 4.4.2 Pengaruh Cita Rasa Terhadap Kepuasan Pelanggan.....                                      | 87         |
| 4.4.3 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Pelanggan ..... | 88         |
| <b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>                                                           | <b>91</b>  |
| 5.1 Simpulan .....                                                                             | 91         |
| 5.2 Saran.....                                                                                 | 92         |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                                                                     | <b>95</b>  |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                                                                           | <b>101</b> |

## DAFTAR GAMBAR

|                    |                                                                   |    |
|--------------------|-------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Gambar 1. 1</b> | Jumlah Usaha Restoran, rumah makan, dan kafe di Kota Bekasi ..... | 1  |
| <b>Gambar 1. 2</b> | Bukti Ulasan Pelanggan Dapur Haji Hasan.....                      | 4  |
| <b>Gambar 1. 3</b> | Dokumentasi Operasional Dapur Haji Hasan.....                     | 7  |
| <b>Gambar 1. 4</b> | Profile Google Maps Dapur Haji Hasan.....                         | 8  |
| <b>Gambar 1. 5</b> | Hasil Pra Survei Variabel Cita Rasa .....                         | 10 |
| <b>Gambar 1. 6</b> | Hasil Pra Survei Variabel Kepuasan Pelanggan .....                | 11 |
| <b>Gambar 2. 1</b> | Kerangka Penelitian.....                                          | 41 |
| <b>Gambar 3. 1</b> | Desain peneltian.....                                             | 48 |
| <b>Gambar 4. 1</b> | Logo Dapur Haji Hasan .....                                       | 65 |
| <b>Gambar 4. 2</b> | Hasil Uji Normalitas .....                                        | 72 |
| <b>Gambar 4. 3</b> | Hasil Uji Heteroskedastisitas .....                               | 75 |

## DAFTAR TABEL

|                    |                                                                 |    |
|--------------------|-----------------------------------------------------------------|----|
| <b>Tabel 1. 1</b>  | Data Transaksi Penjualan Semester Akhir Dapur Haji Hasan .....  | 9  |
| <b>Tabel 2. 1</b>  | Penelitian Terdahulu.....                                       | 32 |
| <b>Tabel 3. 1</b>  | Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Y .....            | 49 |
| <b>Tabel 3. 2</b>  | Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel X1 .....           | 50 |
| <b>Tabel 3. 3</b>  | Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel X2 .....           | 51 |
| <b>Tabel 3. 4</b>  | Alternatif Jawaban Dengan Skala Likert.....                     | 57 |
| <b>Tabel 4. 1</b>  | Karakteristik Respoden Berdasarkan Gender.....                  | 65 |
| <b>Tabel 4. 2</b>  | Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....                  | 66 |
| <b>Tabel 4. 3</b>  | Karakteristik Berdasarkan Domisili .....                        | 66 |
| <b>Tabel 4. 4</b>  | Karakteristik Responden Berdasarkan Status .....                | 67 |
| <b>Tabel 4. 5</b>  | Uji Validitas Electronic Word of Mouth (E-WOM) .....            | 68 |
| <b>Tabel 4. 6</b>  | Uji Validitas Variabel Cita Rasa (X2).....                      | 69 |
| <b>Tabel 4. 7</b>  | Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).....              | 69 |
| <b>Tabel 4. 8</b>  | Uji Reliabilitas Variabel Electronic Word of Mouth (E-WOM)..... | 70 |
| <b>Tabel 4. 9</b>  | Uji Reliabilitas Variabel Cita Rasa (X2).....                   | 70 |
| <b>Tabel 4. 10</b> | Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).....           | 71 |
| <b>Tabel 4. 11</b> | Uji Normalitas .....                                            | 72 |
| <b>Tabel 4. 12</b> | Uji Multikolinearitas .....                                     | 73 |
| <b>Tabel 4. 13</b> | Uji Heteroskedastisitas .....                                   | 74 |
| <b>Tabel 4. 14</b> | Uji Regresi Linier Berganda .....                               | 76 |
| <b>Tabel 4. 15</b> | Uji T .....                                                     | 78 |
| <b>Tabel 4. 16</b> | Uji F.....                                                      | 79 |
| <b>Tabel 4. 17</b> | Uji Koefisien Determinasi.....                                  | 79 |
| <b>Tabel 4. 18</b> | Kategori Skala .....                                            | 81 |
| <b>Tabel 4. 19</b> | Hasil Tanggapan Kuesioner Electronic Word of Mouth (X1) .....   | 82 |
| <b>Tabel 4. 20</b> | Hasil Tanggapan Kuesioner Cita Rasa (X2) .....                  | 83 |
| <b>Tabel 4. 21</b> | Hasil Tanggapan Kuesioner Kepuasan Pelanggan (Y) .....          | 85 |

## **DAFTAR LAMPIRAN**

|                                                      |     |
|------------------------------------------------------|-----|
| <b>LAMPIRAN 1</b> HASIL PENGOLAHAN DATA SPSS.....    | 102 |
| <b>LAMPIRAN 2</b> FORMULIR KUESIONER .....           | 117 |
| <b>LAMPIRAN 3</b> DAFTAR POPULASI DAN SAMPEL .....   | 123 |
| <b>LAMPIRAN 4</b> TABULASI RESPONDEN .....           | 128 |
| <b>LAMPIRAN 5</b> KARTU KONSULTASI.....              | 137 |
| <b>LAMPIRAN 6</b> SURAT KETERANGAN PLAGIASI .....    | 139 |
| <b>LAMPIRAN 7</b> HASIL CEK PLAGIASI.....            | 140 |
| <b>LAMPIRAN 8</b> FORMULIR SARAN DAN PERBAIKAN ..... | 141 |
| <b>LAMPIRAN 9</b> CURICULUM VITAE.....               | 142 |