

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, *INFLUENCER*, DAN *SENSORY*
MARKETING TERHADAP MINAT BELI KUE LUMPUR MIANTIE PADA
MASYARAKAT PASURUAN**

SKRIPSI

Disusun untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Diajukan Oleh :

REXI SAPUTRA EKA PRAMONO

NPM : 2261201003171



UNIVERSITAS MERDEKA PASURUAN

FAKULTAS EKONOMI

2026

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

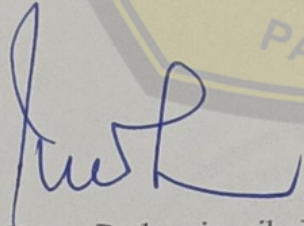
Nama : Rexi Saputra Eka Pramono
Nomor Pokok Mahasiswa : 2261201003171
Universitas : Merdeka Pasuruan
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Word Of Mouth, Influencer, dan Sensory
Marketing Terhadap Minat Beli Kue Lumpur
Miantie pada Masyarakat Pasuruan

Pasuruan, 11 Juni 2026

DISETUJUI DAN DITERIMA :

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



(Dra. A. Ratna Pudyaningsih, M.M.)



(Yufenti Oktafiah, S.E., MSA)

Dekan Fakultas Ekonomi



(Dr. Ir. Bambang Sutikno, M.M.)

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen, pada tanggal 11 Juni 2026.

TIM PENGUJI:

1. Eni Erwantiningsih, S.E., M.M.

1. Ketua.....

2. Dra. A. Ratna Pudyaningsih, M.M.

2. Sekretaris.....

3. Yufenti Oktafiah, S.E., M.S.A.

3. Anggota.....

Mengesahkan
Fakultas Ekonomi
Universitas Merdeka Pasuruan

Dekan



Drs. Bambang Sutikno, M.M.

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

(ORISINALITAS)

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rexi Saputra Eka Pramono
NPM : 2261201003171
Alamat Rumah : RT 013 / RW 004, Dusun Ganggang Malang, Desa
Ganggang Panjang, Kec. Tanggulangin, Kab. Sidoarjo,
Jawa Timur (61272)

Dengan ini menyatakan Skripsi yang berjudul:

“Pengaruh Word of Mouth, Influencer, dan Sensory Marketing Terhadap Minat Beli Kue Lumpur Miantie Pada Masyarakat Pasuruan” Adalah hasil kerja tulisan saya sendiri bukan hasil plagiat dari Karya Tulis Ilmiah orang lain baik berupa Artikel, Thesis, ataupun Disertasi.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika di kemudian hari ternyata terbukti bahwa Skripsi yang kami tulis adalah hasil Plagiat maka kami bersedia menerima sanksi. Dan saya bertanggung jawab secara mandiri tidak ada sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan.

Pasuruan, 11 Juni 2026



Yang Membuat

Rexi Saputra Eka Promono

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karna atas hidayah, berkat serta rahmat-Nya, penulis bisa menuntaskan skripsi ini secara baik. Skripsi ini sebagai syarat untuk mendapat gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi, Universitas Merdeka Pasuruan.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari jika banyak pihak yang sudah memotivasi, membimbing serta mendukung. Sehingga, penulis ingin berterimakasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, atas seluruh hikmat, kekuatan serta berkat-Nya yang diberi kepada penulis sehingga skripsi ini bisa terselesaikan.
2. Keluarga tercinta, yang selalu mendukung dari segi kasih sayang, doa dan materi tanpa batas.
3. Dr. Muhammad Misdrum, S.Kom., M.Kom. Rektor Universitas Merdeka Pasuruan yang sudah memberi kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu di Universitas Merdeka Pasuruan.
4. Dekan Fakultas Ekonomi, Dr. Ir. Bambang Sutikno, M.M., beserta semua jajaran yang sudah memfasilitasi serta memberi kesempatan untuk menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi.
5. Dosen Pembimbing 1 (Dra. A. Ratna Pudyaningsih, M.M.) dan Dosen Pembimbing 2 (Yufenti Oktafiah, S.E., MSA), yang sudah menyumbangkan pikiran, tenaga serta waktu demi membimbing penulis secara sabar serta penuh dedikasi.

6. Sahabat terbaik yakni Dimas yang selalu memberi tawa dan bantuannya disetiap langkah perjalanan penulis. Sekaligus ketiga sahabat saya yang berada di kampus yakni Nuril Wachyu Lestari, Novaiatut Diana, dan Revi rizkawati yang selalu memotivasi, menyemangati serta menghibur penulis.
7. Teman-teman terdekat serta pihak lain, sudah mendukung serta menemani penulis selama proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Sehingga diharapkan adanya saran atau kritik yang membangun dari setiap pihak. Semoga skripsi ini bisa berguna untuk penulis terutama dan bagi pembaca pada umumnya.

Akhir kata, penulis berterimakasih kepada setiap pihak yang sudah membantu. Semoga kebaikan yang mendapat balasan berlipat ganda dari Tuhan Yang Maha Esa.

Pasuruan, 11 Juni 2026

Yang Membuat

Rexi Saputa Eka Pramono

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DRAFT SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A.Latar Belakang	1
B.Rumusan Masalah	7
C.Tujuan Penelitian.....	7
D.Kegunaan Penelitian.....	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	10
A.Teori yang Melandasi Permasalahan	10
1. Minat Beli (Y)	10
2. Word Of Mouth (X1).....	12
3. Influencer (X2).....	16

4. Sensory Marketing (X3)	18
B. Penelitian Terdahulu	23
C. Hubungan Antar Variabel.....	26
D. Kerangka Konseptual	29
E. Hipotesis	31
BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Definisi Operasional Variabel	33
1. Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>)	33
2. Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>)	34
B. Ruang Lingkup Penelitian	38
C. Lokasi Penelitian	38
D. Populasi dan Sampel.....	38
E. Jenis dan Sumber Data	39
F. Teknik Pengumpulan Data	40
G. Teknik Pengolahan Data	41
H. Teknik Analisis Data.....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	50
B. Hasil Penelitian	51
1. Uji Instrumen Penelitian	51
2. Analisis Deskriptif	54
3. Analisis Deskriptif Jawaban Responden	59
4. Uji Asumsi Klasik	80

5. Analisis Regresi Linier Berganda	84
6. Koefisien Determinasi (R^2)	86
7. Uji Hipotesis	87
C. Pembahasan Hasil Penelitian	91
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	101
A. Kesimpulan	101
B. Saran	103
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

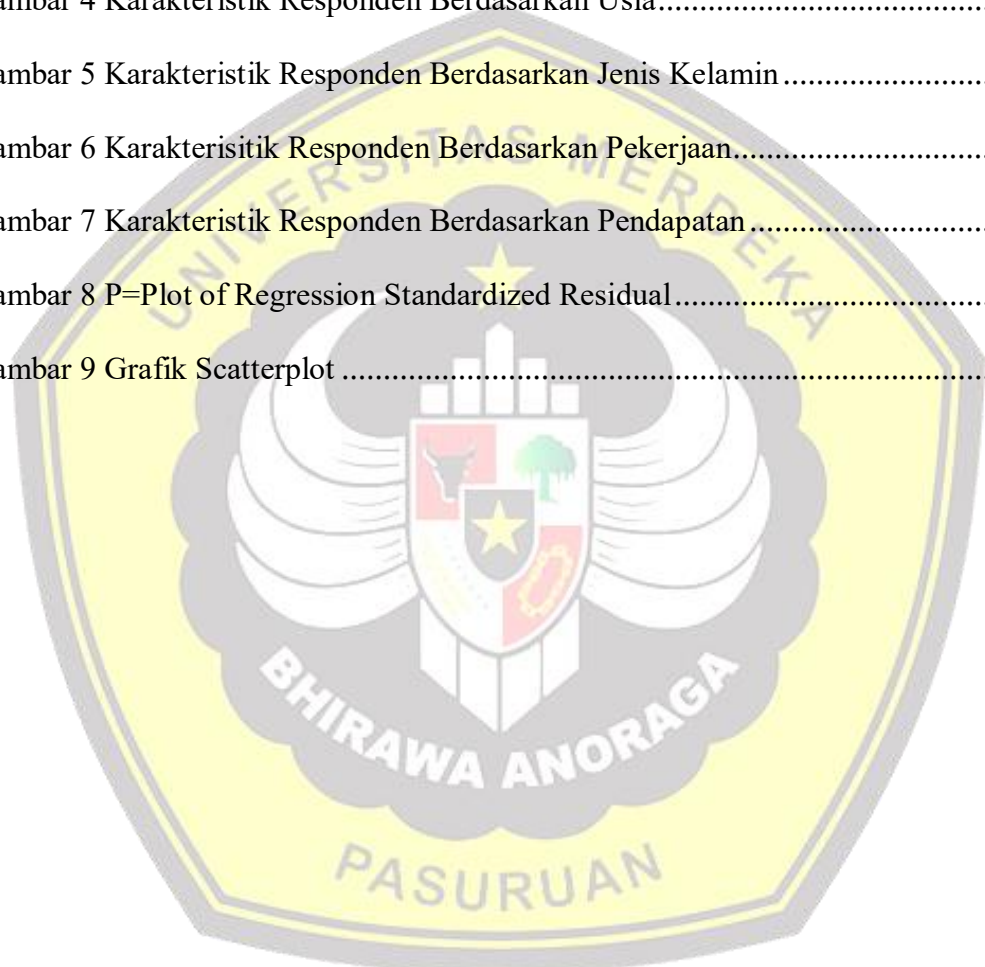


DAFTAR TABEL

Tabel 1 Jurnal Penelitian Terdahulu	23
Tabel 2 Skala Likert	44
Tabel 3 Uji Validitas.....	52
Tabel 4 Ringkasan Uji Reliabilitas	53
Tabel 5 Deskriptif Jawaban Variabel Word of Mouth.....	61
Tabel 6 Deskriptif Jawaban Variabel Influencer.....	66
Tabel 7 Deskriptif Jawaban Variabel Sensory Marketing	70
Tabel 8 Deskriptif Jawaban Variabel Minat Beli.....	75
Tabel 9 Hasil Uji One-sample Kolmogorov-Smirnov	80
Tabel 10 Hasil Uji Multikolinieritas	82
Tabel 11 Hasil Uji Linieritas.....	84
Tabel 12 Hasil Regresi Linier Berganda	85
Tabel 13 Hasil Koefisien Determinasi	87
Tabel 14 Keputusan Uji Simultan (Uji F)	88
Tabel 15 Keputusan Uji Parsial (Uji T).....	89
Tabel 16 Hasil Analisis Pengaruh Dominan.....	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Influencer mereview makanan dan mempromosikannya	3
Gambar 2 Word of Mouth melalui testimoni	5
Gambar 3 Kerangka Konseptual.....	30
Gambar 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	55
Gambar 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Gambar 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	57
Gambar 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	58
Gambar 8 P=Plot of Regression Standardized Residual.....	81
Gambar 9 Grafik Scatterplot	83



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1: JADWAL PENELITIAN

LAMPIRAN 2: KUISIONER

LAMPIRAN 3: TABULASI SKOR JAWABAN RESPONDEN

LAMPIRAN 4: TABEL ANALISIS DESKRIPTIF

LAMPIRAN 5: HASIL UJI INSTRUMEN

LAMPIRAN 6: HASIL UJI HIPOTESIS

LAMPIRAN 7: TABEL STATISTIK



Pengaruh Word of Mouth, Influencer, dan Sensory Marketing Terhadap Minat Beli Kue Lumpur Miantie Pada Masyarakat Pasuruan

Rexi Saputra Eka Pramono¹, Ratna Pudyaningsih², Yufenti Oktafiah³

¹Mahasiswa Universitas Merdeka Pasuruan

^{2,3}Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan

E-mail: rexioppo1201@gmail.com¹, ratnahend@gmail.com²,
oktavivnty@gmail.com³

ABSTRAK

Kue Lumpur Miantie adalah makanan tradisional yang disukai oleh banyak orang karena mempunyai cita rasa yang unik. Namun, kendala yang telah dihadapi bisnis ini dalam beberapa waktu terakhir dapat mengurangi minat beli pelanggan, seperti pembicaraan tentang produk dari mulut ke mulut yang kurang tersebar luas dan akses jalan ke tempatnya yang sedikit susah dijangkau. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Word of Mouth (WoM)*, *Influencer*, dan *Sensory Marketing* terhadap minat beli Kue Lumpur Miantie pada Masyarakat Pasuruan. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan survei. Populasi penelitian adalah konsumen yang pernah membeli dan yang belum pernah membeli tetapi sudah mengetahui tentang info Kue Lumpur Miantie, dengan jumlah sampel sebanyak 85 responden yang ditentukan menggunakan teknik purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang diukur menggunakan skala Likert. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan *WoM*, *Influencer*, dan *Sensory Marketing* berpengaruh signifikan terhadap minat beli dengan nilai F hitung sebesar 16,645 dan nilai signifikansi 0,000 ($<0,05$). Secara parsial, variabel *WoM* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli dengan nilai t hitung sebesar 1,827 dan signifikansi 0,071 ($>0,05$), sedangkan variabel *Influencer* berpengaruh signifikan dengan nilai t hitung sebesar 2,318 dan signifikansi 0,023 ($<0,05$), serta variabel *Sensory Marketing* berpengaruh signifikan dengan nilai t hitung sebesar 2,725 dan signifikansi 0,036 ($<0,05$). Nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,366 menunjukkan bahwa 36,6% variasi minat beli dapat dijelaskan oleh variabel *WoM*, *Influencer*, dan *Sensory Marketing*, sedangkan 63,4% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Kata Kunci: word of mouth, influencer, sensory marketing, minat beli