

**PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK, PERAN *INFLUENCER*,  
DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PADA KULINER KHAS CIREBON**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat  
Untuk Memenuhi Gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
Pada Jurusan Ekonomi Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Oleh:

**PUTRI RAMADHAN LESTARI**

**NIM. 2282120052**

**UINSSC**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER**  
**SYEKH NURJATI CIREBON**  
**KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)**

**SIBER SYEKH NURJATI CIREBON**

**1447 H/2026 M**

**PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK, PERAN *INFLUENCER*,  
DAN LOKASITERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PADA KULINER KHAS CIREBON**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
Pada Jurusan Ekonomi Syariah  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

**Oleh:**

**PUTRI RAMADHAN LESTARI**

**2282120052**

**UINSSC**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER**  
**SYEKH NURJATI CIREBON**

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)**

**SIBER SYEKH NURJATI CIREBON**

**1447 H/ 2026 M**

## ABSTRAK

**PUTRI RAMADHAN LESTARI. NIM:22120052. “PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK, PERAN INFLUENCER, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KULINER KHAS CIREBON”. 2025.**

Industri kuliner di Indonesia mengalami perkembangan yang pesat, ditandai dengan meningkatnya kreativitas pelaku usaha dalam menyesuaikan produk dengan selera masyarakat. Kondisi ini mendorong terjadinya persaingan yang semakin ketat antar pelaku usaha kuliner. Cirebon merupakan salah satu daerah yang memiliki beragam jenis kuliner, salah satunya adalah usaha otak-otak. Fenomena yang terjadi menunjukkan bahwa banyaknya usaha kuliner sejenis menuntut pelaku usaha untuk mampu menciptakan keunikan produk, memanfaatkan media promosi melalui *influencer*, serta memilih lokasi usaha yang strategis agar dapat menarik perhatian konsumen. Dalam menghadapi persaingan tersebut, pelaku usaha dituntut untuk mampu memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Keputusan pembelian dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh diferensiasi produk, peran *influencer*, dan lokasi terhadap keputusan pembelian. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer. Sedangkan teknik pengumpulan data berupa kuesioner, wawancara, dan studi pustaka. Populasi dalam penelitian adalah konsumen Otak-otak di Cirebon. Sampel yang diteliti sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan jenis teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, reliabilitas, normalitas, linearitas, multikolinieritas, heteroskedastisitas, regresi linear berganda, dan uji hipotesis. Dengan bantuan IBM SPSS Statistic 26.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel diferensiasi produk (X1) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y), variabel peran *influencer* (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y), variabel lokasi (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y), dan variabel diferensiasi produk, peran *influencer*, dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci:** Diferensiasi Produk, Peran *Influencer*, Lokasi, Keputusan Pembelian

## ABSTRACT

**PUTRI RAMADHAN LESTARI. Student ID: 22120052. “THE EFFECT OF PRODUCT DIFFERENTIATION, THE ROLE OF INFLUENCERS, AND LOCATION ON PURCHASING DECISIONS FOR CIREBON SPECIALTY CUISINE.” 2025.**

The culinary industry in Indonesia is experiencing rapid growth, marked by increased creativity among business owners in adapting their products to consumer tastes. This situation has led to increasingly fierce competition among culinary businesses. Cirebon is a region with a wide variety of culinary offerings, one of which is otak-otak. The phenomenon shows that the large number of similar culinary businesses requires entrepreneurs to be able to create unique products, utilize promotional media through influencers, and choose strategic business locations in order to attract consumers. In facing this competition, entrepreneurs are required to be able to influence consumer purchasing decisions. Purchasing decisions are influenced by several factors, including cultural, social, personal, and psychological factors.

This study aims to determine the influence of product differentiation, the role of influencers, and location on purchasing decisions. The approach used in this study is a quantitative approach. The data source used is primary data. Meanwhile, the data collection techniques are questionnaires, interviews, and literature studies. The population in this study are otak-otak consumers in Cirebon. The sample studied consisted of 100 respondents. The sampling technique used was non-probability sampling with a purposive sampling technique. The data analysis techniques used in this study were validity, reliability, normality, linearity, multicollinearity, heteroscedasticity, multiple linear regression, and hypothesis testing. With the help of IBM SPSS Statistics 26.

The results of this study indicate that partially, the product differentiation variable (X1) has no effect on purchasing decisions (Y), the influencer role variable (X2) has a positive and significant effect on purchasing decisions (Y), the location variable (X3) has a positive and significant effect on purchase decisions (Y), and the variables of product differentiation, influencer role, and location simultaneously have a significant effect on purchase decisions.

**Keywords:** *Product Differentiation, Influencer Role, Location, Purchase Decisions*

## الملفص

الأميرة رمضان مستدامة. نيم: 22120052. "تأثير تمييز المنتجات، ودور المؤثرين، والموقع على قرارات الشراء في تخصصات سيربيون للطهي". 2025.

تشهد صناعة الطهي في إندونيسيا تطورا سريعا، يتسم بتزايد الإبداع لدى الجهات الاقتصادية في تكييف المنتجات مع أذواق الناس. هذا الوضع يشجع على منافسة متزايدة بين الجهات الفاعلة في مجال الطهي. سيربيون هي واحدة من المناطق التي تحتوي على أنواع مختلفة من الطهي، ومن بينها مجال الدماغ والدماغ. تظهر الظاهرة التي تحدث أن عدد الأعمال الطهوية المماثلة يتطلب من الجهات الفاعلة أن يكون قادرا على ابتكار منتجات فريدة، واستخدام وسائل الإعلام الترويجية عبر المؤثرين، واختيار مواقع استراتيجية لجذب انتباه المستهلكين. في مواجهة هذه المنافسة، يطلب من الفاعلين في الأعمال أن يكونوا قادرين على التأثير على قرارات الشراء للمستهلكين. تتأثر قرارات الشراء بعدة عوامل، منها العوامل الثقافية والاجتماعية والشخصية والنفسية.

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد تأثير تمييز المنتجات، ودور المؤثرين، والموقع في قرارات الشراء. النهج المستخدم في هذه الدراسة هو نهج كمي. مصدر البيانات المستخدم هو البيانات الأولية. وفي الوقت نفسه، فإن تقنيات جمع البيانات تتكون من استبيانات ومقابلات ودراسات بسوتاكا. السكان في الدراسة هم مستهلكو الأوتاك-أوتاك في سيربيون. كانت العينة التي تمت دراستها 100 مشارك. تقنية أخذ العينات المستخدمة هي أخذ عينات غير احتمالية مع نوع من تقنيات العينة الهادفة. كانت تقنيات تحليل البيانات المستخدمة في هذه الدراسة هي الصلاحية، والموثوقية، والطبيعية، والخطية، والتعددية الطوقانية، والمرنة غير المتجانسة، والانحدار الخطي المتعدد، واختبار الفرضية. بمساعدة إحصائية IBM SPSS رقم 26. تظهر نتائج هذه الدراسة أن جزءا من متغير تمايز المنتج (X1) لا يؤثر على قرارات الشراء (Y)، ومتغير دور المؤثر (X2) له تأثير إيجابي وذو دلالة على قرارات الشراء (Y)، ومتغير الموقع (X3) له تأثير إيجابي وذو دلالة على قرارات الشراء (Y)، ومتغيرات تمايز المنتج وأدوار المؤثرين والموقع في الوقت نفسه لها تأثير كبير على قرارات الشراء.

الكلمات البحث: تمييز المنتج، أدوار المؤثرين، الموقع، قرارات الشراء

# LEMBAR PERSETUJUAN

## SKRIPSI

### PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK, PERAN *INFLUENCER*, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KULINER KHAS CIREBON

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SE)  
Pada Jurusan Ekonomi Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Oleh:

**PUTRI RAMADHAN LESTARI**

2282120052

Menyetujui:

**Pembimbing I**

  
**Prof. Dr. Abdul Aziz, M.Ag.**  
NIP: 197305262005011004

**Pembimbing II**

  
**Dr. H. Achmad Otong Busthomi, Lc., M.Ag.**  
NIP: 19731223 200701 1 022

Mengetahui:

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



  
**Dr. H. Achmad Otong Busthomi, Lc., M.Ag.**  
NIP: 19731223 200701 1 022

## NOTA DINAS

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

UIN Siber Syekh Nurjati

Di Cirebon

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi saudara/I **Putri Ramadhan Lestari. NIM 2282120052. Pengaruh Diferensiasi Produk, Peran *Influencer*, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kuliner Khas Cirebon**", kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Nurjati Cirebon untuk di munaqosyahkan.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

**Pembimbing I**



**Prof. Dr. Abdul Aziz, M.Ag.**  
NIP: 197305262005011004

**Pembimbing II**



**Dr. H. Achmad Otong Busthomi, Lc., M.Ag.**  
NIP: 19731223 200701 1 022

Mengetahui:

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



**Dr. H. Achmad Otong Busthomi, Lc., M.Ag.**  
NIP: 19731223 200701 1 022

## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul **“PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK, PERAN INFLUENCER, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KULINER KHAS CIREBON”**, oleh **Putri Ramadhan Lestari** dengan NIM. **2282120052**, telah diajukan dalam sidang *munaqosyah* UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon pada tanggal

Skripsi ini diterima sebagai salah satu syarat mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon.

Cirebon, 05 Maret 2026

### Sidang Munaqosyah :

Ketua Sidang

Sekretaris Sidang



**Dr. H. Achmad Otong Busthomi, Lc., M.Ag.**  
NIP: 19731223 200701 1 022

**Dr. H. Syaeful Bakhri, S.E., M.Si.**  
NIP: 19731125 201411 1 002

Penguji I

Penguji II

**Dr. H. Syaeful Bakhri, S.E., M.Si.**  
NIP: 19731125 201411 1 002

**Dr. H. Didi Sukardi, M.H.**  
NIP: 19691226 200912 1 001

## PERNYATAAN OTENTITAS SKRIPSI

*Bismillahirrahmanirrahim*

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Putri Ramadhan Lestari  
NIM : 2282120052  
Tempat, Tanggal Lahir : Cirebon, 23 Agustus 2005  
Alamat : Blok Sipalasa Rt/Rw 005/006 Desa  
Purwawinangun Kecamatan Suranenggala  
Kabupaten Cirebon Jawa Barat

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Pengaruh Diferensiasi Produk, Peran Influencer, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Kuliner Khas Cirebon”**, ini beserta isinya adalah benar-benar karya sendiri. Seluruh ide, pendapat, atau dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi apapun yang dijatuhkan kepada saya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Cirebon, 02 Februari 2026  
Saya yang menyatakan



**Putri Ramadhan Lestari**  
NIM: 2282120052

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Putri Ramadhan Lestari, lahir di Cirebon pada tanggal 23 Agustus 2005. Penulis adalah anak ketiga dari 3 bersaudara, putri bungsu dari Bapak Sumarjo (Alm) dan Ibu Titi Khodijah. Beralamat di Desa Purwawingan Blok Sipalasa Rt/Rw 005/006 Kecamatan Suranenggala Kabupaten Cirebon.

Adapun riwayat pendidikan yang pernah di tempuh adalah:

1. TK RA Miftahul Huda - Kabupaten Cirebon tahun 2009 -2010
2. MI Babussalam Grogol – Kabupaten Ciren tahun 2011 - 2016
3. SMPN 1 Gunung Jati – Kabupaten Cirebon tahun 2017 - 2019
4. MAN 1 Kota Cirebon – Kota Cirebon tahun 2019 – 2022
5. UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Jurusan Ekonomi Syariah tahun 2022 – Sekarang

Pengalaman organisasi yang pernah diikuti adalah:

1. Himpunan Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah (HIMAJES) sebagai anggota Departemen Dana dan Usaha 2023/2024.
2. Dewan Eksekutif Mahasiswa (DEMA) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) sebagai anggota Kementrian Luar Negeri 2024/2025.

**UINSSC**  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER  
SYEKH NURJATI CIREBON

**MOTTO**

*“Jadilah diri sendiri, karena menjadi orang lain belum tentu membuatmu bisa menjadi diri sendiri”*

**UINSSC**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER  
SYEKH NURJATI CIREBON**

## KATA PERSEMBAHAN

*Bismillahirrahmanirrahim*

Pertama-tama, saya mengucapkan terima kasih kepada Allah SWT atas nikmat kesehatan dan kekuatan yang diberikan kepada saya. Dan juga telah memudahkan saya dalam proses penyusunan skripsi ini. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita, Nabi Muhammad SAW. Karya ini saya persembahkan kepada orang-orang hebat yang ada dibalik proses ini.

Yang pertama, saya menyampaikan terima kasih kepada kedua orang tua saya, terutama ibu saya, ibu Titi, yang terus berjuang untuk saya, serta selalu mendoakan kelancaran dan kemudahan dalam setiap langkah yang saya jalani. Saya juga mengucapkan terima kasih kepada ayah saya, Sumarjo (alm.), yang kini berada di tempat yang lebih bahagia. Semoga beliau turut merasakan kebahagiaan melihat perjuangan saya ini.

Saya turut menyampaikan terima kasih kepada Mama Syamroh dan Abah Jupri, yang selalu mendoakan saya agar proses ini dapat berjalan dengan lancar. Selain itu, saya juga berterima kasih kepada kedua kakak saya, Gina Amalia dan Andi Rahman, yang setiap hari menanyakan perkembangan skripsi saya. Berkat dukungan dan dorongan mereka, saya mampu menyelesaikan karya ini. Ucapan terima kasih juga saya sampaikan kepada Cua, Mba Yaya, serta seluruh keluarga saya yang senantiasa memberikan doa terbaik.

Karya ini turut saya persembahkan juga untuk teman, sahabat, dan keluarga saya Delina, Dwi, Ika, Wafa, Repana, Nasywa, Alidia, dan Zalfa yang selalu membantu, memberikan semangat, serta bersedia direpotkan untuk menemani saya sepanjang proses penyusunan skripsi ini.

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahim,*

*Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat seta hidayah-Nya sehingga skripsi yang berjudul **“Pengaruh Diferensiasi Produk, Peran *Influencer*, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Kuliner Khas Cirebon”** ini dapat diselesaikan dengan baik.

Shalawat serta salam semoga tercurahkan limpahkan pada junjungan Nabi besar kita, Nabi Muhammad SAW. Beserta keluarga-Nya, sahabat-sahabat-Nya, dan semoga sampai kepada kita semua selaku umant-Nya. Aamiin Allahumma Aamiin.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Strata Satu (S1) pada jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk teman-teman di jurusan Ekonomi Syariah. Dalam penyusunan skripsi ini, tentu saja tidak terlepas dari bantuan beberapa pihak yang sangat membantu penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. H. Aan Jaelani, M.Ag, Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon.
2. Bapak Dr. Didi Sukardi, M.H, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon.
3. Bapak H. Achmad Otong Busthomi, Lc., M.Ag, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah.
4. Bapak H. Syaeful Bakhri, SE., M.Si, selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah.
5. Bapak Prof. Dr. Abdul Aziz, M.Ag. selaku Dosen Pembimbing I Skripsi, terimakasih atas segala ketersediaan waktu dalam membimbing, memberikan arahan dan masukan dalam menyelesaikan tugas akhir penyusunan skripsi ini.

6. Bapak H. Achmad Otong Busthomi, Lc., M.Ag, selaku Pembimbing II Skripsi, terimakasih atas segala ketersediaan waktu dalam membimbing, memberikan arahan dan masukan dalam menyelesaikan tugas akhir penyusunan skripsi ini.
7. Owner kuliner otak-otak di Cirebon beserta konsumen otak-otak di Cirebon yang telah membantu saya sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Semoga kebaikan yang diberikan menjadi amal ibadah dan mendapat balasan pahala dari Allah SWT.
8. Orang tua saya, Ibu Titi, yang telah memberikan kepercayaan kepada saya sehingga saya bisa sampai pada titik ini. Terima kasih atas segala perjuangan, baik materi hingga tenaga, yang diberikan kepada saya. Selain itu, kepada kakek dan nenek saya, Abah Jupri dan Ibu Syamroh, yang selalu memberikan doa dan dukungan kepada saya.
9. Kakak-kakak saya, Gina Amalia, Andi Rahman, Abrin, dan Soniya yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan membantu saya dalam proses penyusunan skripsi ini. Serta ucapan terima kasih khusus saya sampaikan kepada Gina Amalia yang selalu meluangkan waktu untuk saya di tengah kesibukannya.
10. Teman-teman seperjuangan peneliti Nax Ekos: Delina, Dwi Sri Tiara, Ika Josi Fiana, dan Wafa Marwa Hanifah, yang selama proses penyusunan skripsi ini selalu memberikan semangat dan saling menguatkan antara satu sama lain. Selain itu, saya juga mengucapkan terima kasih kepada seseorang yang tidak bisa penulis sebut namanya yang selalu menjadi pengingat, penyemangat, dan tempat cerita disaat penulis merasa hampir menyerah.
11. Keluarga besar Ekos B angkatan 2022, yang menjadi bagian dari perjalanan penulis dalam perkuliahan selama 4 tahun.
12. Terakhir, penulis ucapkan terima kasih untuk sosok perempuan yang ada di balik penulisan skripsi ini, yakni Putri Ramadhan Lestari. Terima kasih sudah bertahan hingga akhir penulisan skripsi ini. Mungkin ini bukan akhir dari perjalanan, melainkan awal dari proses mengenal kehidupan dengan cara yang berbeda. Meskipun titik ini bukan impian sejak masa-masa itu, tetapi

terima kasih sudah menyelesaikannya hingga selesai. Penulis percaya proses ini akan selalu diingat selamanya. Terima kasih sudah bertanggung jawab atas pilihan yang dipilih sekarang. Sekarang, kita mulai perjalanan baru lagi.

Akhir kata penulis ucapkan terimakasih banyak kepada berbagai pihak yang turut memberikan dukungannya, semoga Allah SWT senantiasa membalas setiap dukungan yang diberikan kepada penulis, Aamiin Allahumma Aamiin. Penulis berharap siapapun yang membaca skripsi ini semoga mampu mengambil ilmu yang ada didalamnya. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan dapat menambah ilmu pengetahuan, Aamiin Allahumma Aamiin.

Cirebon, 12 Januari 2026



**Putri Ramadhan Lestari**

**2282120052**



**UINSSC**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER**  
**SYEKH NURJATI CIREBON**

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>iii</b>
المفصص .....	iv
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>v</b>
<b>NOTA DINAS.....</b>	<b>vi</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>PERNYATAAN OTENTITAS SKRIPSI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>ix</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>x</b>
<b>KATA PERSEMBAHAN .....</b>	<b>xi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xix</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI .....</b>	<b>xx</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	13
C. Pembatasan Masalah .....	14
D. Rumusan Masalah .....	14
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	14
1. Tujuan Penelitian.....	14
2. Manfaat Penelitian.....	15
F. Sistematika Penulisan .....	15
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>17</b>
A. <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB) .....	17
B. Keputusan Pembelian.....	19
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	19

2.	Indikator Keputusan Pembelian .....	20
3.	Tahapan Keputusan Pembelian .....	21
4.	Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	23
5.	Pusat Keputusan Pembelian .....	25
C.	Diferensiasi Produk .....	26
1.	Pengertian Diferensiasi Produk .....	26
2.	Indikator Diferensiasi Produk .....	27
3.	Kriteria Diferensiasi Produk .....	28
D.	Peran <i>Influencer</i> .....	29
1.	Pengertian <i>Influencer</i> .....	29
2.	Indikator <i>Influencer</i> .....	30
3.	Jenis-jenis <i>Influencer</i> .....	31
E.	Lokasi .....	32
1.	Pengertian Lokasi .....	32
2.	Indikator Lokasi .....	33
F.	Penelitian Terdahulu .....	34
G.	Kerangka Berfikir .....	42
<b>BAB III METODELOGI PENELITIAN .....</b>		<b>47</b>
A.	Tempat dan Waktu Penelitian .....	47
B.	Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	47
C.	Populasi Sampel .....	48
D.	Jenis dan Sumber Data .....	51
E.	Teknik Pengumpulan Data .....	52
F.	Definisi Operasional Variabel .....	54
G.	Teknik Analisis Data .....	58
1.	Uji Instrumen Penelitian .....	58
2.	Uji Asumsi Dasar .....	60
3.	Uji Asumsi Klasik .....	61
4.	Analisis Statistik Deskriptif .....	62
5.	Uji Regresi Linear Berganda .....	62
6.	Uji Hipotesis .....	63

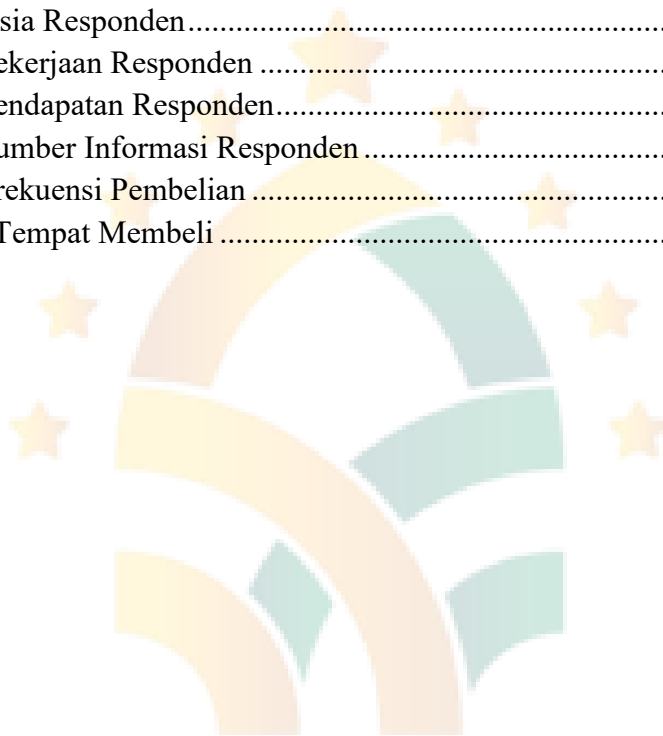
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>67</b>
A. Gambaran Objek Penelitian .....	67
1. Gambaran Umum Usaha Kuliner Otak-otak di Cirebon .....	67
B. Karakteristik Responden .....	78
1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	78
2. Karakteristik Berdasarkan Usia .....	79
3. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan .....	81
4. Karakteristik Berdasarkan Pendapatan.....	82
5. Karakteristik Berdasarkan Sumber Informasi .....	83
6. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	85
7. Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Membeli.....	86
C. Uji Instrumen Data.....	88
D. Statistik Deskriptif Penelitian .....	91
E. Deskripsi Variabel.....	92
1. Deskripsi Variabel Independen .....	92
2. Deskripsi Variabel Dependen.....	105
F. Uji Asumsi Dasar .....	108
G. Uji Asumsi Klasik.....	110
H. Uji Regresi Linear Berganda.....	113
I. Uji Hipotesis .....	115
J. Pembahasan Penelitian.....	119
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>127</b>
A. Kesimpulan .....	127
B. Implikasi.....	128
C. Saran.....	129
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>131</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>138</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perbandingan Otak-otak di Cirebon.....	7
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	34
Tabel 3. 1 Kuesioner .....	53
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	54
Tabel 4. 1 Harga dan Menu Otak-otak Mba Dewi .....	70
Tabel 4. 2 Harga dan Menu Otak-otak Mimi Rumsih .....	74
Tabel 4. 3 Jenis Kelamin Responden .....	79
Tabel 4. 4 Usia Responden.....	80
Tabel 4. 5 Pekerjaan Responden .....	81
Tabel 4. 6 Pendapatan Responden .....	82
Tabel 4. 7 Sumber Informasi Responden.....	83
Tabel 4. 8 Frekuensi Pembelian Responden .....	85
Tabel 4. 9 Tempat Pembeli .....	86
Tabel 4. 10 Uji Validitas Diferensiasi Produk (X1).....	88
Tabel 4. 11 Uji Validitas Peran Influencer (X2).....	89
Tabel 4. 12 Uji Validitas Lokasi (X3).....	89
Tabel 4. 13 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	90
Tabel 4. 14 Hasil Uji Reabilitas (X1), (X2), (X3), dan (Y) .....	91
Tabel 4. 15 Statistik Deskriptif Penelitian .....	91
Tabel 4. 16 Distribusi Frekuensi Variabel Diferensiasi Produk (X1).....	93
Tabel 4. 17 Distribusi Frekuensi Variabel Peran Influencer (X2) .....	97
Tabel 4. 18 Distribusi Frekuensi Variabel Lokasi (X3).....	101
Tabel 4. 19 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	105
Tabel 4. 20 Uji Normalitas.....	109
Tabel 4. 21 Uji Linearitas.....	110
Tabel 4. 22 Uji Multikolienaritas .....	111
Tabel 4. 23 Uji Heteroskedastisitas.....	112
Tabel 4. 24 Uji Regresi Linear Berganda.....	113
Tabel 4. 25 Uji Persial (Uji t).....	116
Tabel 4. 26 Uji Simultan (Uji f).....	118
Tabel 4. 27 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	119

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Proses Pengambilan Keputusan .....	22
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran .....	46
Gambar 4. 1 Lokasi Otak-otak Mba Dewi .....	68
Gambar 4. 2 Cabang 1 Otak-otak Mimi Rumsih .....	72
Gambar 4. 3 Cabang 2 Otak-otak Mimi Rumsih .....	73
Gambar 4. 4 Jenis Kelamin Rresponden .....	79
Gambar 4. 5 Usia Responden.....	80
Gambar 4. 6 Pekerjaan Responden .....	82
Gambar 4. 7 Pendapatan Responden.....	83
Gambar 4. 8 Sumber Informasi Responden .....	85
Gambar 4. 9 Frekuensi Pembelian .....	86
Gambar 4. 10 Tempat Membeli .....	87



# UINSSC

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER  
SYEKH NURJATI CIREBON