

**PENGARUH RASA DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI DONAT LUMIER**



**STIE
Surakarta**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen

Oleh:

Sahid Hidayah

NIM. 22120125

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA
2026**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Tugas Akhir

**PENGARUH RASA DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI DONAT LUMIER**

Oleh:

Sahid Hidayah

NIM. 22120125

Disetujui dan dipertahankan di hadapan
Dewan Penguji Tugas Akhir Program Studi S1 Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Sukoharjo, 11 Maret 2026

Dosen Pembimbing



Aditya Liliyan, S.M.B., M.M.

NUPTK. 5438767668131040

PENGESAHAN PENGUJI

Tugas Akhir

PENGARUH RASA DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI DONAT LUMIER

Oleh:

Sahid Hidayah

NIM. 22120125

Telah diterima dan disahkan oleh Dewan Penguji Tugas Akhir
Program Studi S1 Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Sukoharjo, 11 Maret 2026

Dewan Penguji

Aditya Liliyan, S.M.B., M.M.

Ketua

Muhammad Syihabuddin, S.Hum., M.M.

Anggota

:
:
:

Ketua STIE Surakarta



Aditya Liliyan, S.M.B., M.M.
NUPTK. 5438767668131040

Mengetahui,

Kepala Program Studi S1 Manajemen



Muhammad Syihabuddin, S.Hum., M.M.
NUPTK. 0256772673130313

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sahid Hidayah

NIM : 22120125

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir yang berjudul: **PENGARUH RASA DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI DONAT LUMIER** adalah betul-betul karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya dalam Tugas Akhir ini diberi tanda citasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan Tugas Akhir dan gelar yang saya peroleh dari Tugas Akhir ini.

Sukoharjo, 11 Maret 2026

Yang Membuat Pernyataan,



Sahid Hidayah

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga dan rasa terhadap penjualan Donat Lumier. Teknik kuantitatif berdasarkan metodologi survei digunakan dalam penelitian ini. Seratus pelanggan Donat Lumier mengisi survei untuk mengumpulkan data. Analisis regresi linier berganda (termasuk uji T dan koefisien determinasi), analisis deskriptif, pengujian asumsi klasik, serta validitas dan reliabilitas termasuk di antara pendekatan analisis data yang digunakan. Temuan memperlihatkan, dalam skala yang lebih kecil, harga dan rasa secara signifikan memengaruhi pilihan konsumen untuk membeli Donat Lumier. Dalam hal Donat Lumier, keterjangkauan harga dan rasa adalah dua faktor terpenting. Menurut koefisien determinasi, harga dan preferensi pribadi menjelaskan sangat dominan dalam pilihan konsumen. Akibatnya, dapat dikatakan bahwa konsumen mendasarkan pembelian Donat Lumier mereka pada dua kriteria: kualitas rasa dan keterjangkauan produk.

Kata Kunci: Rasa, Harga, Keputusan Pembelian

Abstract

The purpose of this study was to determine the influence of price and taste on Lumier Donuts sales. Quantitative techniques based on survey methodology were used in this study. One hundred Lumier Donuts customers completed a survey to collect data. Multiple linear regression analysis (including T-tests and coefficient of determination), descriptive analysis, classical assumption testing, and validity and reliability tests were among the data analysis approaches used. The findings show that, on a smaller scale, price and taste significantly influence consumers' choice to purchase Lumier Donuts. In the case of Lumier Donuts, affordability and taste are the two most important factors. According to the coefficient of determination, price and personal preference significantly explain consumer choice. Consequently, it can be concluded that consumers base their purchase of Lumier Donuts on two criteria: taste quality and product affordability.

Keywords: *Taste, Price, Purchase Decision*