

**PENGARUH CITA RASA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PRODUK DONAT AIRA
PANYABUNGAN**



SKRIPSI

*Diajukan guna memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) pada Program Studi Manajemen Bisnis Syari'ah*

Oleh:

Dian Mariana

NIM. 21090061

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
MANDAILING NATAL
2025**

**PENGARUH CITA RASA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PRODUK DONAT AIRA
PANYABUNGAN**



SKRIPSI

*Diajukan guna memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) pada Program Studi Manajemen Bisnis Syari'ah*

Oleh :

Dian Mariana

NIM. 21090061

PEMBIMBING I

Sari Fitri, M.E

NIP : 199006122019032017

PEMBIMBING II

Vebli Sugiharto, M.M

NIP. 198702082019031003

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
MANDAILING NATAL
TAHUN 2025**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing skripsi atas nama Dian Mariana Nim 21090061 dengan judul **“Pengaruh Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Donat Aira Panyabungan”** memandang bahwa skripsi yang bersangkutan telah memenuhi syarat untuk diajukan ke sidang munaqasah.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat diperlukan sepenuhnya.

Panyabungan, Oktober 2025

PEMBIMBING I



Sari Fitri, M.E

NIP : 199006122019032017

PEMBIMBING II



Vebri Sugiharto, M.M

NIP.198702082019031003

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dian Mariana
NIM : 21090061
Tempat/Tgl Lahir : 12 Desember 2003
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Desa Iparbondar

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Donat Aira Panyabungan”** adalah benar karya saya, kecuali Kutipan-Kutipan Yang Disebutkan Sumbemya.

Apabila terjadi kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sesungguhnya.

Panyabungan, Oktober 2025
Yang membuat pernyataan



Dian Mariana
Nim: 21090061

LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi dengan judul "Pengaruh Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Donat Aira Panyabungan". a.n Dian Mariana, NIM. 21090061, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah telah dimunaqasyahkan dalam sidang munaqasyah Program Sarjana Ekonomi (S.E). Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Mandailing Natal, Pada tanggal 10 Oktober 2025

Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat digunakan seperlunya.

No	Nama/NIP Penguji	Jabatan dalam Tim	Tanda Tangan	Tanggal Persetujuan
1.	Drs. Darwin Nasution, M.M NIP. 196612161999031003	Ketua/ Penguji I		15/10-25
2.	Muhlisah Lubis, M.M NIP. 198804142019092001	Sekretaris/ Penguji II		14/10-25
3.	Sari Fitri, M.E NIP. 199006122019032017	Penguji III		14/10-23
4.	Vebri Sugiharto, M.M NIP. 198702082019031003	Penguji IV		15/10-25

Mandailing Natal, Oktober 2025

Mengetahui

Ketua STAIN Mandailing Natal



Prof. Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag
NIP. 197203132003121002

LEMBAR NOTA DINAS

Lampiran : 5 (lima) ekp
Perihal : Skripsi
A.n. Dian Mariana

Mandailing Natal, Oktober 2025
Kepada Yth
Bapak Ketua STAIN MADINA
di-
Panyabungan

Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Setelah membaca, meneliti dan memberikan saran-saran untuk perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. Dian Mariana, NIM. 21090061 yang berjudul **"Pengaruh Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Donat Aira Panyabungan"** maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, pada Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal (STAIN MADINA).

Untuk itu dalam waktu dekat, kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqasyah.

Demikianlah kami sampaikan, dan atas perhatian Bapak kami ucapkan terimakasih.

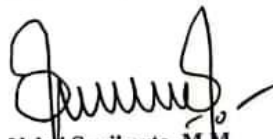
Wassalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Pembimbing I



Sari Fitri, M.E
NIP. 199006122019032017

Pembimbing II


Vebri Sugiharto, M.M
NIP. 198702082019031003

SURAT PERMOHONAN

Hal : *Mohon Penjadwalan Ujian Munaqasyah Skripsi*
Lamp : 1 Lembar

Kepada

Yth. Bapak Ketua Program Studi Manajemen
Bisnis Syariah STAIN Mandailing
Natal

Assalamu'alaikum, Wr. Wb

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dian Mariana
NIM : 21090061
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Dengan ini memohon kepada Bapak untuk dapat kiranya merencanakan jadwal ujian *munaqasyah* skripsi saya dengan judul: **"Pengaruh Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Donat Aira Panyabungan"** Demikianlah permohonan ini saya buat, atas perhatian dan kesediaan Bapak, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Panyabungan, Oktober 2025

Pemohon,



Dian Mariana

21090061

ABSTRAK

Dian Mariana (NIM. 21090061), Pengaruh Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Donat Aira Panyabungan. Cita Rasa Donat Aira Panyabungan yang masih belum konsisten. kurangnya kestabilan kelezatan rasa yang ditawarkan membuat konsumen merasakan perbedaan kualitas pada setiap kali pembelian, produk donat terkadang memiliki tekstur yang kopong di bagian dalam, yang dapat mengurangi kepuasan konsumen terhadap kelezatan dan kekenyalan donat. Sebagian konsumen juga menyatakan bahwa rasa manis yang tertinggal di lidah terasa berlebihan, sehingga tidak sesuai dengan preferensi sebagian pembeli. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh cita rasa terhadap keputusan pembelian konsumen donat Aira Panyabungan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linear sederhana dengan bantuan software SPSS versi 25. Sampel penelitian adalah konsumen Donat Aira Panyabungan yang dipilih melalui teknik sampling tertentu. Instrumen yang digunakan berupa kuesioner dengan skala Likert, Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik purposive sampling. Jumlah sampel sebanyak 96 orang. Instrumen penelitian diuji melalui uji validitas dan reliabilitas, dan seluruh item terbukti valid serta reliabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa cita rasa memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,841. Nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,707 menunjukkan bahwa 70,7% variasi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh cita rasa, sedangkan sisanya 29,3% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Persamaan regresi yang diperoleh adalah $Y = 10,928 + 0,923X$, dengan nilai signifikansi 0,000 ($<0,05$). Hal ini membuktikan bahwa semakin baik cita rasa donat, semakin tinggi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian.

Kata kunci: Cita Rasa, Keputusan Pembelian, Konsumen, Donat Aira

ABSTRACT

Dian Mariana (NIM. 21090061), The Influence of Taste on Consumer Purchasing Decisions of Donat Aira Products in Panyabungan. The taste quality of Donat Aira Panyabungan is still inconsistent. The lack of stability in flavor excellence makes consumers experience differences in quality in each purchase. The product sometimes has a hollow texture inside, which reduces consumer satisfaction with its delicacy and softness. Some consumers also state that the sweetness left on the tongue feels excessive, making it less suitable for the preferences of certain buyers.. This study aims to determine the influence of taste on consumer purchasing decisions of Donat Aira Panyabungan. The research uses a quantitative approach. The research instrument was tested through validity and reliability tests, and all items were proven valid and reliable. The sample consists of 96 consumers of Donat Aira selected through purposive sampling techniques. The data were collected using a questionnaire with a Likert scale and analyzed using simple linear regression with the help of SPSS version 25 software. The results show that taste has a positive and significant influence on consumer purchasing decisions with a correlation coefficient (R) of 0.841. The coefficient of determination (R Square) is 0.707, meaning that 70.7% of the variation in purchasing decisions can be explained by taste, while the remaining 29.3% is influenced by other factors outside this research. The regression equation obtained is $Y = 10.928 + 0.923X$, with a significance value of 0.000 (<0.05). This proves that the better the taste of the donuts, the higher the consumer's decision to purchase.

Keywords: Taste, Purchasing Decision, Consumer, Donat Aira

MOTTO

“Fa inna ma ‘al ‘usri yusrā, inna ma ‘al ‘usri yusrā”
Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.
(QS. Al-Insyirah: 6)

Datang, Bimbingan, Pulang, Revisi, Selesai.
Sebuah perjalanan kecil yang mengajarkan kesabaran, ketekunan, dan konsistensi, Setiap kata, setiap langkah, membentuk perjalanan menuju pencapaian.
(Dian mariana)

Perang telah usai.
Skripsi ini bukan sekadar huruf di halaman,
tapi saksi bisu dari setiap air mata, malam tanpa tidur,
dan usaha yang tak terlihat.
(Dian mariana)

LEMBAR PERSEMBAHAN

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, atas segala limpahan rahmat, karunia, dan kekuatan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini. Dengan penuh rasa cinta, hormat, dan terima kasih, karya ini penulis persembahkan kepada:

1. Teruntuk cinta pertama dan panutanku, Almarhum Ayah tercinta AGUS SALIM LUBIS. Beliau memang tidak sempat menemani penulis dalam perjalanan menyusun Skripsi. Namun selama hidupnya telah menjadi sosok panutan, sumber semangat dan inspirasi yang tak tergantikan. Do'a-doa Ayah, didikan, dan nilai-nilai kehidupan yang bapak tanamkan akan selalu hidup dalam diri penulis. Alhamdulillah penulis telah sampai pada tahap ini, menyelesaikan karya tulis sederhana ini sebagai bentuk persembahan kecil untuk mengenang jasa dan cinta kasih Ayah yang tak tergantikan. Semoga Allah SWT menempatkan bapak di tempat terbaik di sisi -Nya Aamiin ya Rabbal'Alamiin.
2. Teruntuk Pintu Surgaku Ibu Tercinta Ibu MARIATI PULUNGAN, sosok luar biasa yang selalu hadir dalam do'a, semangat, dan pengorbanan tanpa henti. Terimakasih atas cinta yang tak tergantikan, atas air mata dan do'a yang selalu menyertai setiap langkah penulis sehingga penulis sampai di titik ini. Semoga Allah selalu senantiasa memberikan kesehatan dan kebahagiaan kepada ibunda Tercinta.
3. Kepada kaka saya Lesnida, S.H dan Nur Hamidah, S.Pd, terimakasih atas dukungannya secara moril maupun materil. Terimakasih Juga atas segala dukungannya yang diberikan kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan studi penulis sampai Sarjana.
4. Kepada Seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Firman Wahyudi Terima kasih atas segala dukungan baik tenaga, waktu, doa, mauoun materi dan semangat yang senantiasa diberikan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini. Kesabaran dan pengertianmu telah menjadi

sumber kekuatan bagi penulis untuk tetap berjuang dan menyelesaikan setiap tahapan dengan penuh keyakinan.

5. Kepada keponakan - keponakan tercinta Ebta Alifa Utami dan Kinza Arumi, Terimakasih atas kelucuan- kelucuan kalian yang membuat penulis senang sehingga penulis semangat untuk mengerjakan Skripsi ini sampai selesai.
6. Kepada rekan-rekan mahasiswa MBS C terima kasih atas kebersamaan, kerja sama, dan semangat juang yang telah terjalin selama menempuh pendidikan ini. Dukungan dan motivasi yang saling diberikan menjadi kekuatan tersendiri dalam menghadapi setiap tantangan hingga terselesaikannya skripsi ini.
7. Kepada diriku sendiri, terima kasih telah berjuang dengan sepenuh hati dan tidak menyerah dalam menghadapi setiap tantangan selama proses panjang penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas kesabaran, keteguhan, dan keberanian untuk terus melangkah meskipun dihadapkan pada kelelahan, keraguan, dan rasa ingin berhenti. Setiap perjuangan, air mata, dan pengorbanan yang telah dilalui menjadi bukti bahwa kerja keras dan doa tidak akan pernah sia-sia. Perjalanan ini telah mengajarkan arti kesabaran, keikhlasan, dan keyakinan bahwa setiap proses memiliki makna dan waktunya masing-masing. Semoga keberhasilan ini menjadi awal dari langkah yang lebih besar menuju kehidupan yang penuh keberkahan, serta menjadi pengingat bahwa diriku mampu melewati segalanya dengan usaha dan pertolongan Allah SWT.
8. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for, for never quitting, I wanna thank me for always being a give and tryna give more than I recieve, I wanna thank me for tryna do more right than wrong, I wanna thank me for just being me at all times.*

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim.

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, taufik, hidayah, dan inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Donat Aira Panyabungan”** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Mandailing Natal.

Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa umat manusia dari zaman kegelapan menuju zaman yang terang benderang penuh ilmu pengetahuan.

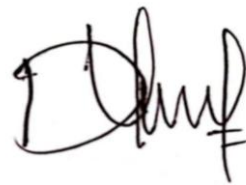
Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari berbagai tantangan, keterbatasan, dan hambatan yang penulis alami, baik secara teknis maupun non-teknis. Namun berkat kesabaran, doa, semangat, serta dukungan dari berbagai pihak, akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, penulis dengan segala hati menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag, selaku Ketua STAIN MADINA.
2. Andy Hakim, M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah dan seluruh Dosen Program Studi Manajemen Bisnis Syariah.
3. Dosen Pembimbing I yaitu Sari Fitri, M.E dan Vebri Sugiharto, M.M selaku Dosen Pembimbing II penulis ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya telah banyak membantu penulis berupa bimbingan, arahan, masukan, ilmu dan pengalaman kepada penulis selama berjalannya pengerjaan tugas akhir ini.
4. Ucapan terima kasih yang paling dalam penulis sampaikan kepada seluruh dosen Program Studi Manajemen Bisnis Syariah yang tidak kenal lelah

dalam mengajar dan membimbing penulis sehingga penulis bisa berada di titik ini.

5. Tak lupa penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada sahabat tercinta Juni Soleha btr, Riza Mahrani, dan Komariah yang selalu menjadi tempat berbagi suka dan duka selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas kebersamaan, doa, semangat, dan canda tawa yang telah mewarnai perjalanan ini. Semoga Allah SWT senantiasa membalas setiap kebaikanmu dengan keberkahan umur, kesehatan, serta kesuksesan di dunia dan akhirat. Aamiin ya Rabbal ‘alamin.

Panyabungan, Oktober 2025



DIAN MARIANA

NIM: 21090061

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI	iv
LEMBAR NOTA DINAS.....	v
PERMOHONAN SIDANG MUNAQASYAH.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
MOTTO	ix
LEMBAR PERSEMBAHAN	x
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Pembatasan Masalah	5
D. Perumusan Masalah	6
E. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian	6
F. Defenisi Operasional Variabel	7
BAB II KAJIAN TEORI	
A. Landasan Teori.....	8
1. Cita Rasa	8
a. Pengertian Cita Rasa	8
b. Komponen Cita Rasa.....	10
c. Indikator Cita Rasa.....	12
d. Faktor Pendukung Cita Rasa	13
e. Pentingnya Cita Rasa	14
2. Keputusan Pembelian	15

a. Pengertian Keputusan Pembelian	15
b. Indikator Keputusan Pembelian	18
c. Faktor Pendukung Keputusan Pembelian.....	19
d. Pentingnya Keputusan Pembelian	20
B. Hasil Penelitian Yang Relevan	21
C. Kerangka Berpikir.....	24
D. Hipotesis	25

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	26
B. Lokasi Dan Waktu Penelitian	26
1. Lokasi Penelitian.....	26
2. Waktu Penelitian	26
C. Populasi Dan Sampel	27
1. Populasi.....	27
2. Sampel.....	28
D. Teknik Pengumpulan Data.....	29
1. Angket (Kuesioner).....	29
2. Dokumentasi	30
E. Teknik Analisis Data.....	31
1. Uji Validitas	31
2. Uji Releabilitas.....	32
3. Uji Asumsi Klasik.....	32
4. Uji Regresi Linier Sederhana	34
5. Uji Hipotesis	35

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum.....	37
1. Sejarah Donat Aira Panyabungan	37
2. Visi Dan Misi Donat Aira Panyabungan.....	39
B. Temuan Khusus.....	40
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	40
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40

C. Analisis Deskriptif Hasil Kuesioner.....	41
D. Hasil Analisis Data.....	46
1. Uji Instrumen Data.....	46
2. Uji Asumsi Klasik.....	49
3. Uji Heteroskeditas.....	50
4. Uji regresi linier Sederhana.....	51
5. Uji hipotesis	53
E. Pembahasan Penelitian.....	54
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	59
B. Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penujulan	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1 Rancangan Kegiatan	26
Tabel 3.2 Kategori Jawaban Angket	30
Tabel 3.3 Kisi-Kisi Pertanyaan	30
Tabel 4.1 Responden Prestasi (X)	42
Tabel 4.2 Responden Prestasi (Y)	43
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Cita Rasa (X)	46
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	47
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Cita Rasa (X) Dan Keputusan Pembelian (Y)	48
Tabel 4.6 Uji Regresi Linear Sederhana	52
Tabel 4.7 Uji T (Parsial)	53
Tabel 4.7 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	24
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	40
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Gambar 4.3 Grafik Normal <i>Probability</i> Plot (P-Plot).....	50
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskeditas <i>Scatterplot</i>	51

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam beberapa dekade terakhir, industri makanan dan minuman telah mengalami perkembangan pesat di berbagai negara, termasuk Indonesia. Perubahan gaya hidup masyarakat modern yang cenderung menginginkan makanan cepat saji dengan rasa yang nikmat menjadi salah satu faktor meningkatnya persaingan antar pelaku usaha kuliner. Di tengah banyaknya merek makanan ringan yang beredar, preferensi konsumen terhadap rasa menjadi salah satu faktor penting dalam menentukan keputusan pembelian (Junaidi, 2020).

Perkembangan industri makanan di Indonesia menunjukkan tren yang semakin meningkat seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat yang menginginkan produk yang praktis, terjangkau, dan memiliki cita rasa yang menarik. Salah satu jenis makanan yang digemari berbagai kalangan saat ini adalah Donat dengan rasa yang berbeda-beda, hadir dengan inovasi cita rasa dan tampilan yang lebih variatif. Fenomena ini menjadi peluang sekaligus tantangan bagi para pelaku usaha untuk mampu bersaing dalam pasar yang semakin kompetitif, termasuk pelaku usaha lokal (Wulandari & Bahasoan, 2023). Persaingan di industri makanan semakin ketat. Persaingan ini mendorong setiap pelaku usaha untuk memaksimalkan keuntungan dan mempertahankan eksistensinya di pasar yang semakin kompetitif. Agar dapat bertahan, pelaku usaha dituntut untuk terus kreatif dan inovatif dalam mengembangkan produk, sehingga dapat memenuhi kebutuhan pasar serta mempertahankan loyalitas konsumen (Dewi & Junaidi, 2022).

Faktor penting dalam keberhasilan sebuah usaha adalah kemampuannya memahami perilaku konsumen. Perilaku konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal, seperti selera, preferensi, serta kualitas produk yang ditawarkan. Dalam industri makanan, cita rasa menjadi aspek krusial yang berpengaruh besar dalam menarik dan mempertahankan minat konsumen.

Kepuasan konsumen terhadap cita rasa yang ditawarkan akan berdampak langsung pada loyalitas dan keputusan pembelian (Mukhroji & Amaliyah, 2025). Salah satu faktor yang paling dominan dan sering menjadi pertimbangan utama dalam memilih produk makanan adalah cita rasa. Cita rasa merupakan kesan sensorik yang diterima oleh konsumen saat mengonsumsi makanan, yang meliputi rasa manis, asin, asam, tekstur, aroma, dan keseluruhan kenikmatan yang dirasakan. Menurut (Wahidah, 2018) cita rasa yang memuaskan dapat menciptakan loyalitas konsumen dan mendorong pembelian berulang.

Cita rasa merupakan salah satu elemen penting dalam bauran produk (*product mix*) yang secara langsung memengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas suatu produk. Dalam konteks makanan, cita rasa yang enak, unik, dan sesuai dengan preferensi konsumen berperan besar dalam membentuk pengalaman konsumsi yang positif, sehingga mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang bahkan membangun loyalitas terhadap merek. Oleh karena itu, memahami sejauh mana pengaruh cita rasa terhadap keputusan pembelian menjadi hal yang sangat penting, terutama bagi usaha di sektor makanan (Kotler & Keller, 2016).

Keputusan pembelian konsumen merupakan hasil dari proses evaluasi terhadap berbagai atribut produk, salah satunya adalah cita rasa. Preferensi rasa setiap individu dapat berbeda-beda, dan hal ini memengaruhi perilaku konsumen dalam menentukan produk yang dipilih (Winarno, 2019).

Donat Aira Panyabungan merupakan salah satu usaha makanan lokal yang berkembang di Kabupaten Mandailing Natal. Usaha ini didirikan pada tahun 2022 oleh Ibu Wiwik, seorang pengusaha yang memiliki visi untuk menghadirkan makanan dengan rasa yang berbeda-beda. Usaha ini menyajikan berbagai varian rasa seperti cokelat, strawberry, vanilla, matcha, *red velvet*, dan tiramisu yang ditujukan untuk memenuhi selera pasar yang dinamis. dengan kemasan yang menarik, donat Aira Panyabungan berhasil menjangkau berbagai segmen konsumen, mulai dari pelajar hingga masyarakat umum. (wiwik, 2025) “Dalam Produk Donat Aira, beberapa

varian rasa seperti cokelat dan matcha lebih banyak diminati dibandingkan varian lainnya”. Fenomena ini menunjukkan bahwa adanya perbedaan cita rasa dapat menimbulkan perbedaan dalam keputusan pembelian, yang memerlukan kajian lebih lanjut melalui pendekatan ilmiah.

Banyaknya usaha bidang kuliner memunculkan usaha sejenis dengan produk yang sama. Banyak usaha bidang kuliner sejenis namun terdapat perbedaan dari cita rasa, keragaman menu, harga dan pelayanan. Pelaku usaha kuliner harus mencari ide-ide baru, strategi yang tepat dan efektif agar bisnisnya tetap eksis dan berkembang juga memiliki nilai tambah dibandingkan dengan pesaingnya dan dapat memberikan kepuasan bagi pelanggannya. Pelaku usaha kuliner harus siap untuk menghadapi persaingan usaha, usaha kuliner yang dapat bersaing dapat dilihat dari bertahan atau tidaknya usaha kuliner yang dijalankannya (Kasmir, 2014).

Tabel 1.1
Data Penjualan Donat

No	Tahun	Jumlah Donat
1.	2022	6.390 box
2.	2023	6.880 box
3.	2024	7.530 box
Total		20.800 box

Sumber: Pemilik UD Donat Aira (2025).

Penjualan Donat Aira dari tahun 2022 hingga 2024 menunjukkan tren meningkat, dari 6.390 box pada 2022 menjadi 6.880 box pada 2023, dan 7.530 box pada 2024. Kenaikan ini dipengaruhi oleh strategi pemasaran yang efektif serta lonjakan permintaan pada momen Ramadan, Idul Fitri, dan akhir tahun. Meskipun memiliki performa penjualan yang relatif baik, masih terdapat dinamika dan fluktuasi jumlah pembelian dari waktu ke waktu. Hal ini menimbulkan pertanyaan apakah cita rasa benar-benar menjadi faktor utama dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen Donat Aira, ataukah

terdapat faktor lain yang lebih dominan. Dari hasil observasi awal, diketahui bahwa sebagian besar konsumen menyebutkan bahwa alasan utama mereka membeli Donat Aira adalah karena rasanya yang unik dan sesuai dengan selera. Namun demikian, sebagian dari konsumen juga mengatakan Donat Aira Rasanya tidak konsisten **(Sofa, 2025)** data tersebut masih bersifat kualitatif dan belum terukur secara statistik.

Kekosongan kajian tersebut menunjukkan adanya celah penelitian yang perlu diisi, yakni mengenai bagaimana pengaruh cita rasa terhadap keputusan pembelian konsumen pada usaha makanan lokal di wilayah tertentu. Penelitian ini menjadi relevan untuk dilakukan di Kabupaten Mandailing Natal, mengingat tingginya minat masyarakat terhadap makanan kekinian serta munculnya berbagai usaha sejenis yang meningkatkan persaingan pasar.

Berdasarkan wawancara awal yang dilakukan oleh peneliti terhadap beberapa konsumen donat Aira di wilayah Panyabungan, peneliti menemukan beberapa kendala. diketahui bahwa masih ada ketidaksesuaian antara harapan konsumen dengan kenyataan yang mereka rasakan terhadap cita rasa donat.

Seorang konsumen menyampaikan bahwa:

(midah, 2025) *“Rasanya lembut dan manisnya pas, aromanya wangi. Saya sering beli untuk acara keluarga. Harganya juga sesuai kualitas”.*

Sebagian konsumen juga mengatakan bahwa:

(Riska, 2025) *“Donat Aira enak, dan toppingnya bervariasi,. Tapi kadang rasa coklatnya terlalu manis menurut saya”.*

(Amalia, 2025) *“Biasanya rasanya enak dan konsisten, tapi pernah sekali dapat yang agak keras karena mungkin sudah lama dibuat. Itu agak mengecewakan”.*

(Tina,2025) *“Donatnya enak dan empuk, tapi aroma kadang tidak selalu sama. Pernah beli yang aromanya kurang wangi”.*

Kesenjangan pada beberapa aspek cita rasa ini penting untuk ditelaah lebih lanjut, karena dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen, khususnya dalam hal pembelian ulang. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa konsumen Donat Aira, diketahui bahwa sebagian besar konsumen

memilih produk ini karena merasa cocok dengan rasa dan teksturnya. Namun, terdapat juga sebagian konsumen yang merasa bahwa variasi rasa perlu ditingkatkan dan adanya ketidakkonsistenan dalam rasa. Hal ini menandakan bahwa meskipun cita rasa menjadi daya tarik utama, kepuasan konsumen terhadap rasa belum sepenuhnya stabil.

Berdasarkan Latar Belakang yang telah diuraikan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan Judul **“Pengaruh Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Donat Aira Panyabungan”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka permasalahan dapat diidentifikasi sebagai berikut;

1. Kurangnya kestabilan kelezatan rasa yang dilakukan oleh donat Aira.
2. Produk donat Aira terkadang memiliki tekstur yang kopong di bagian dalam sehingga tidak sesuai dengan harapan konsumen yang menginginkan donat berisi dan lembut.
3. Sebagian Konsumen mengatakan bahwa rasa manis yang tertinggal di lidah terasa berlebihan.

C. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah pokok permasalahan yang akan dilakukan dalam laporan ini agar penyusun dan pembahasan penulis dapat berfokus dan terarah dengan jelas. Adapun pembatasan masalah yang akan disajikan adalah Pengaruh Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Donat Aira Panyabungan.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian sebagai berikut: Apakah Terdapat Pengaruh Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Donat Aira Panyabungan?

E. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan Masalah di atas maka Tujuan penelitian adalah Untuk mengetahui Pengaruh Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Donat Aira Panyabungan.

2. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian yang diharapkan dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Bagi Penulis:

Dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa mendapatkan pengetahuan yang bersifat kenyataan yang terjadi dalam praktek maupun analisis, hasil penelitian ini dapat berguna untuk memberikan wawasan, pengalaman serta informasi baru sekaligus sebagai wadah untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang didapat diperkuliahan. Serta menambah motivasi penulis dan ilmu pengetahuan mengenai Pengaruh Cita Rasa terhadap Keputusan Pembelian konsumen Donat Aira Panyabungan.

b. Bagi Usaha:

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan bahan evaluasi bagi usaha Donat Aira Panyabungan dalam memahami sejauh mana pengaruh cita rasa terhadap keputusan pembelian konsumen. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai pertimbangan dalam meningkatkan kualitas produk, khususnya dari aspek cita rasa, sehingga mampu memperkuat posisi usaha dalam menghadapi persaingan bisnis minuman yang semakin kompetitif.

c. Manfaat Sosial:

Peneliti berharap agar penelitian ini bisa memberikan Analisis Pengaruh Cita Rasa dan dapat membantu usaha seperti Donat Aira Panyabungan untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan mereka. Masyarakat akan mendapatkan pilihan menu atau produk yang lebih

beragam dan sesuai dengan preferensi mereka, meningkatkan kepuasan konsumen secara keseluruhan

F. Defenisi Operasional Variabel

Defenisi operasional adalah defenisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan cara memberi arti kegiatan atau suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut. Defenisi operasional yang dilakukan dalam penelitian ini adalah :

- a. Menurut (Muchtadi, 2020) Cita rasa merupakan totalitas persepsi inderawi terhadap makanan yang mencakup rasa, bau, warna, tekstur, dan suhu yang dirasakan secara bersamaan.
- b. Menurut (Kotler, 2019) Keputusan Pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk membeli suatu produk atau jasa setelah melalui proses pertimbangan dan evaluasi alternatif.