

**PENGARUH PERSEPSI POSITIF KONSUMEN PADA *TAGLINE* “#1
DIET & HEALTHY CATERING” TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK YELLOW FIT KITCHEN
(Survei pada *Followers @yellowfitkitchen*)**



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelara Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

Oleh:

DEVINETA NIKEN SALSABILLA

180906657

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2025**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH PERSEPSI POSITIF KONSUMEN PADA TAGLINE “#1
DIET & HEALTHY CATERING” TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK YELLOW FIT KITCHEN
(Survei pada *Followers @yellowfitkitchen*)**

SKRIPSI

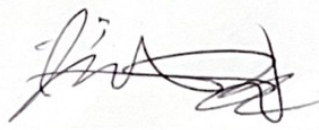
Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Disusun oleh:

DEVINETA NIKEN SALSABILLA

180906657

Disetujui oleh:



Drs. Josep J. Darmawan, MA

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2025

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Positif Konsumen pada *Tagline* “#1 Diet & Healthy Catering” terhadap Keputusan Pembelian Produk Yellow Fit Kitchen (Survei pada *Followers* @yellowfitkitchen)

Penyusun : Devineta Niken Salsabilla

NPM : 180906657

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Kamis, 19 Juni 2025

Pukul : 14:30

Tempat : Ruang Pendadaran FISIP UAJY

TIM PENGUJI

Amelberga Vita Noor Prima Astuti, S.Pd., M.Hum., Ph.D.

Penguji Utama

Drs. Josep J. Darmawan, M.A.

Penguji I

F. Anita Herawati, S.I.P., M.Si.

Penguji II

Irene Santika Vidiadari, S.I.Kom., M.A.

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Devineta Niken Salsabilla

NPM : 180906657

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Karya Tulis : Pengaruh Persepsi Positif pada Tagline “#1 Diet & Healthy Catering”
Terhadap Keputusan Pembelian Produk Yellow Fit Kitchen

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri. Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non – material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakekatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinal dan otentik

Bila kemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan kenyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim Fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan/kesarjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak maupun demi menegakan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 10 Juni 2025

Devineta Niken Salsabilla



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan karunia-Nya alhasil penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul *“Pengaruh Persepsi Positif Konsumen pada Tagline ‘#1 Diet & Healthy Catering’ terhadap Keputusan Pembelian Produk Yellow Fit Kitchen (Survei pada Followers @yellowfitkitchen)”* dengan baik.

Terselesaikannya tugas akhir ini tentu tidak lepas dari dukungan dan pendampingan dari berbagai pihak. Maka dari itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sejumlah-besarnya kepada:

1. Bapak Drs. Josep J. Darmawan, MA selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar membimbing, memberikan arahan serta masukan yang sangat berarti kepada penulis selama proses penyusunan tugas akhir ini, meskipun penulis terkadang kurang maksimal dalam komunikasi dan kehadiran.
2. Bunda, Tati, Aunty, Imo, Om Wawan dan keluarga di Jogja yang selalu memberikan dukungan moral serta doa kepada penulis alhasil penulis dapat menyelesaikan tugas akhir.
3. Gracella Imidora, sahabat terbaik yang selalu hadir dan mendampingi penulis dalam berbagai situasi. Dukungan yang diberikan, baik secara emosional maupun finansial, selama masa perkuliahan hingga saat ini, sangat berarti bagi penulis. Semoga persahabatan ini akan terus terjalin erat sampai kapan pun.
4. Ayu Andini Putri dan Gina Andini Putri, yang telah menjadi sumber semangat dan pendukung setia dalam setiap langkah hidup penulis. Dorongan mereka agar penulis menyelesaikan skripsi ini tak hanya menunjukkan kasih sayang, tapi juga menjadi bagian dari perjalanan mewujudkan impian kami bersama: mengelilingi dunia.
5. Elisabet Surya, sahabat sejak SMP hingga kini, yang selalu mendukung penulis selama masa perkuliahan melalui diskusi serta tak henti mengingatkan berbagai agenda akademik.

6. Para dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah membagikan ilmu, pengalaman, serta wawasan berharga kepada penulis selama masa studi.
7. Berbagai pihak lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih memiliki kekurangan dan keterbatasan. Maka dari itu, penulis sangat terbuka terhadap segala saran dan kritik yang membangun. Besar harapan penulis agar tugas akhir ini dapat memberikan manfaat serta menambah wawasan bagi para pembaca.

Nama : Devineta Niken Salsabilla

NPM : 180906657

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memahami adanya pengaruh dari persepsi positif konsumen pada *tagline* “#1 Diet & Healthy Catering” terhadap keputusan pembelian produk Yellow Fit Kitchen. Yellow Fit Kitchen sebagai *brand catering* diet sehat yang memiliki jumlah *followers* terbanyak dengan *tagline* #1 Diet & Healthy Catering. *Tagline* tersebut menjadi salah satu keunikan Yellow Fit Kitchen, yang merupakan satu-satunya *brand catering* di Indonesia yang memberikan jaminan penurunan berat badan kepada seluruh konsumennya (Puspadini, 2023). Yellow Fit Kitchen berusaha mempertahankan persepsi yang positif dengan tetap konsisten dengan *tagline* bisnis mereka, #1 Diet & Healthy Catering.

Persepsi merupakan proses yang dimiliki masing-masing individu untuk menyeleksi, memilah, dan menginterpretasikan informasi tertentu dengan tujuan untuk membentuk makna tertentu atas produk (Kotler & Keller, 2007). Dengan adanya persepsi tersebut maka berpengaruh terhadap keputusan pembelian yang dilakukan oleh *followers* akun @yellowfitkitchen. Subjek dalam penelitian ini ialah *followers* Instagram @yellowfitkitchen yang pernah mengonsumsi produk dari Yellow Fit Kitchen.

Persepsi konsumen pada *tagline* Yellow Fit Kitchen diukur melalui 3 indikator yaitu seleksi, organisasi, dan interpretasi. Sedangkan keputusan pembelian produk Yellow Fit Kitchen diukur melalui lima indikator, seperti pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan distributor, waktu pembelian, dan jumlah pembelian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatif untuk mengetahui pengaruh persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian, dengan melibatkan 100 responden sebagai sampel penelitian.

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini memakai uji korelasi untuk memperlihatkan hubungan variabel dan uji regresi linear sederhana untuk memperlihatkan hubungan pengaruh antarvariabel. Hasil yang diperoleh pada riset ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh sebesar 6% yang mengindikasikan bahwa keputusan pembelian tidak hanya dipengaruhi oleh persepsi, tetapi juga oleh faktor-faktor lain yang tidak diukur dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Persepsi Konsumen, Tagline, Keputusan Pembelian, Yellow Fit Kitchen

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR DIAGRAM	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
1. Manfaat Teoritis	8
2. Manfaat Praktis	9
E. Kerangka Teori.....	9
1. Perilaku Konsumen	9
2. Persepsi Konsumen.....	11
3. Tagline	13
4. Keputusan Pembelian.....	14
F. Kerangka Konsep	15
1. Persepsi Positif Konsumen pada Tagline (Variabel X)	15
2. Keputusan Pembelian (Variabel Y)	19
G. Definisi Operasional	21
1. Variabel Bebas (X).....	21
2. Variabel Terikat (Y)	21

H. Hipotesis Penelitian	25
I. Metodologi Penelitian.....	25
1. Metode Penelitian.....	25
2. Jenis Penelitian.....	26
3. Sumber Data.....	26
4. Jenis Data.....	27
5. Teknik Pengumpulan Data	27
6. Populasi.....	28
7. Sampel dan Teknik Sampling.....	28
8. Metode Pengukuran Data	29
9. Metode Pengujian Instrumen	30
10. Teknik Analisis Data	33
BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN.....	36
A. Yellow Fit Kitchen.....	36
B. Followers Instagram @yellowfitkitchen.....	39
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN.....	42
A. Hasil Temuan Data.....	42
1. Profil Responden.....	42
2. Deskripsi Frekuensi Variable	46
3. Hasil Uji Korelasi Pearson	75
5. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	76
4. Hasil Uji Hipotesis Penelitian	79
B. Pembahasan	81
1. Persepsi Positif Konsumen pada Tagline Yellow Fit Kitchen	83
2. Keputusan Pembelian Produk Yellow Fit Kitchen.....	85
3. Hubungan Pengaruh Persepsi Positif Konsumen pada Tagline #1 Diet & Healthy Catering” Terhadap Keputusan Pembelian Produk Yellow Fit Kitchen.....	87
BAB IV PENUTUP	91
A. Kesimpulan	91
B. Saran.....	91
1. Saran Akademis	91

2. Saran Praktis.....	92
C. Kekurangan Penelitian.....	92
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN	96

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Peringkat 5 Besar Healthy Catering dengan Pengikut Instagram Terbanyak.....	2
Tabel 1.2. Definisi Operasional Variabel	22
Tabel 1. 3. Skor Skala Likert.....	29
Tabel 1. 4. Hasil Uji Validitas Variabel X	31
Tabel 1. 5. Hasil Uji Validitas Variabel Y	31
Tabel 1. 6. Hasil Uji Reliabilitas	33
Tabel 1.7. Tingkat Keeratan Korelasi Pearson	34
Tabel 3.1 Skor Rata-Rata Jawaban Responden Variable Persepsi Konsumen (X) Dimensi Seleksi	47
Tabel 3.2 Interval Pernyataan X1	48
Tabel 3.3 Interval Pernyataan X2	49
Tabel 3.4 Interval Pernyataan X3	49
Tabel 3.5 Interval Pernyataan X4.....	50
Tabel 3.6 Skor Rata-Rata Jawaban Responden Variable Persepsi Konsumen (X) Dimensi Organisasi	51
Tabel 3.7 Interval Pernyataan X5	51
Tabel 3.8 Interval Pernyataan X6.....	52
Tabel 3.9 Interval Pernyataan X7	53
Tabel 3.10 Interval Pernyataan X7	54
Tabel 3.11 Skor Rata-Rata Jawaban Responden Variable Persepsi Konsumen (X) Dimensi Interpretasi	54
Tabel 3.12 Interval Pernyataan X9.....	55
Tabel 3.13 Interval Pernyataan X10.....	56
Tabel 3.14 Interval Pernyataan X11	56
Tabel 3.15 Interval Pernyataan X12	57
Tabel 3.16 Interval Pernyataan X13	58
Tabel 3.17 Interval Pernyataan X14	59
Tabel 3.18 Interval Pernyataan X15	60
Tabel 3.19 Skor Rata-Rata Jawaban Responden Variable Keputusan Pembelian (Y) Dimensi Pemilihan Produk.....	61

Tabel 3.20 Interval Pernyataan Y1	61
Tabel 3.21 Interval Pernyataan Y2	62
Tabel 3.22 Interval Pernyataan Y3	63
Tabel 3.23 Skor Rata-Rata Jawaban Responden Variable Keputusan Pembelian (Y) Dimensi Pemilihan Merek	64
Tabel 3.24 Interval Pernyataan Y4	64
Tabel 3.25 Interval Pernyataan Y5	65
Tabel 3.26 Interval Pernyataan Y6	66
Tabel 3.27 Interval Pernyataan Y7	67
Tabel 3.28 Skor Rata-Rata Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y) Dimensi Pemilihan Distributor	67
Tabel 3.29 Interval Pernyataan Y8	68
Tabel 3.30 Interval Pernyataan Y9	69
Tabel 3.31 Interval Pernyataan Y10	69
Tabel 3.32 Skor Rata-Rata Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y) Dimensi Waktu Pembelian	70
Tabel 3.33 Interval Pernyataan Y11	71
Tabel 3.34 Interval Pernyataan Y12	71
Tabel 3.35 Interval Pernyataan Y13	72
Tabel 3.36 Skor Rata-Rata Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y) Dimensi Jumlah Pembelian	73
Tabel 3.37 Interval Pernyataan Y14	73
Tabel 3.38 Interval Pernyataan Y15	74
Tabel 3.39 Interval Pernyataan Y16	75
Tabel 3.40 Nilai Interpretasi Korelasi Pearson	75
Tabel 3.41 Nilai Interpretasi Koefisien Korelasi Pearson	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. 10 Penyaji Makanan Sehat Pilihan Masyarakat Indonesia	2
Gambar 1.2. Profil Website Yellow Fit Kitchen	3
Gambar 1.3. Jumlah Konsumen Yellow Fit Kitchen per Tanggal 31 Juli 2023.....	4
Gambar 1.4. Akun Instagram @yellowfitkitchen.....	5
Gambar 1.5. Bagan Kerangka Konsep	21
Gambar 2.1 Akun Instagram Yellow Fit Kitchen.....	39
Gambar 2.2 Unggahan Akun Instagram Yellow Fit Kitchen	41
Gambar 3.1 Hasil Uji Korelasi Pearson	76
Gambar 3.2 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana (<i>Model Summary</i>).....	77
Gambar 3.3 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana (ANOVA)	78
Gambar 3.4 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana (<i>Coefficients</i>)	78
Gambar 3.5 Hasil Uji T	80

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 3.1 Distribusi Jenis Kelamin Responden	43
Diagram 3.2 Distribusi Usia Responden	44
Diagram 3.3 Distribusi Pengeluaran Bulanan Responden.....	45
Diagram 3.4 Distribusi Status Pekerjaan Responden	46

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	97
Lampiran 2. Hasil Uji Validitas SPSS.....	102
Lampiran 3. Hasil Uji Reliabilitas SPSS	104
Lampiran 4. Hasil Uji Korelasi SPSS.....	105
Lampiran 5. Hasil Uji Regresi Sederhana SPSS	106
Lampiran 6. Acuan R Tabel	107
Lampiran 7. Acuan T Tabel.....	108