

**PENGARUH E-COMMERCE DAN PERSEDIAAN BARANG
TERHADAP KEBERHASILAN USAHA PENJUALAN
DIMSUM DI MIE JARING NELAYAN SUN PLAZA**

SKRIPSI



STIE EKA PRASETYA

Oleh :

Hendra

191010193

**DIAJUKAN SEBAGAI SYARAT DALAM RANGKA
MEMPEROLEH GELAR SARJANA MANAJEMEN
STIE EKA PRASETYA
MEDAN
2023**

LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING

Judul : PENGARUH E-COMMERCE DAN PERSEDIAAN BARANG TERHADAP KEBERHASILAN USAHA PENJUALAN DIMSUM DI MIE JARING NELAYAN SUN PLAZA

Nama : Hendra

NIM : 191010193

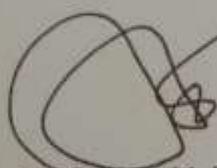
Program Studi : Manajemen

Perguruan Tinggi : STIE Eka Prasetya

Medan, 15 Juni 2023

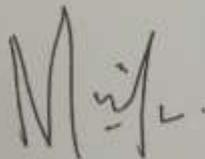
Disetujui Oleh
Tim Pembimbing,

Pembimbing I,



Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si
NIDN : 0006037202

Pembimbing II,



Desma Erica Maryanti M., S.Pd., M.Si.
NIDN : 0104127904

Diterima dan divalidasi oleh Dewan Penguji Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya

Judul : **PENGARUH E-COMMERCE DAN
PERSEDIAAN BARANG TERHADAP
KEBERHASILAN USAHA PENJUALAN
DIMSUM DI MIE JARING NELAYAN SUN
PLAZA**

Nama : **Hendra**

NIM : **191010193**

Program Studi : **Manajemen**

Perguruan Tinggi : **STIE Eka Prasetya**

Medan, 15 Juni 2023
Dewan Penguji,

Penguji 1 : **Dra. Pesta Gultom, M.M**
NIDN : **0117126501**

Penguji 2 : **Muhammad Ali Akbar, S.E., M.M**
NIDN : **0115088601**

STIE Eka Prasetya,
Ketua

Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
NIDN:0006037202

STIE EKA PRASETYA
PROGRAM SARJANA (S-1)
PROGRAM STUDI MANEJEMEN

PERNYATAAN MENGENAI PLAGIARISME

Saya menyatakan bahwa Skripsi dan tugas pribadi yang saya serahkan kepada dosen pembimbing Skripsi, adalah benar-bener hasil Skripsi / pekerjaan saya. Jika saya mengutip dan/atau menggunakan hasil Skripsi atau pekerjaan orang lain dalam Skripsi dan/atau tugas pribadi saya, maka saya akan mengindikasikan hal itu secara jelas, dengan mencantumkan sumber kutipan yang bersangkutan.

Jika saya melanggar pernyataan saya tersebut diatas maka saya menyatakan bersedia dikenakan sanksi plagiarisme dan sanksi akademik lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku di program Sarjana STIE Eka Prasetya Medan.

Nama	Hendra
NIM	191010193
Judul Skripsi	Pengaruh E-Commerce Dan Persediaan Barang Terhadap Keberhasilan Usaha Penjualan Dimsum Di Mie Jaring Nelayan Sun Plaza.
Pembimbing Tugas Akhir :	
Pembimbing – I	Dr. Sri Rezeki,S.E.,M.Si
Pembimbing – II	Desma Erica Maryati M.,S.Pd.,M.Si.

Saya menandatangani Pernyataan ini dengan sadar dan pernyataan ini dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 15 Juni 2023



Hendra

191010193

KATA PENGANTAR

Terlebih dahulu penulis mengucapkan puji syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH E-COMMERCE DAN PERSEDIAAN BARANG TERHADAP KEBERHASILAN USAHA PENJUALAN DIMSUM DI MIE JARING NELAYAN SUN PLAZA”** sesuai dengan waktu yang telah dijadwalkan. Pada kesempatan ini, mengingat banyaknya bantuan dan bimbingan yang diterima selama penyusunan skripsi ini, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ketua Yayasan Graha Eka Education Center Bapak Susanto, ST., M.M.
2. Ketua STIE Eka Prasetya Ibu Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si. sekaligus selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan arahan hingga selesainya skripsi ini.
3. Wakil Ketua Satu Bidang Akademik STIE Eka Prasetya Ibu Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M.
4. Ibu Desma Erica Maryati M., S.Pd., M.Si. sekaligus selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan arahan hingga selesainya skripsi ini.
5. Koordinator Program Studi Manajemen Ibu Ihdina Gustina, S.E., M.M.
6. Kepala Bagian Akademik STIE Eka Prasetya Ibu Lisa Elianti Nasution, S.E.

7. Kepala Bagian Keuangan STIE Eka Prasetya Ibu Elysa, S.M.
8. Kepala Bagian Kemahasiswaan Bapak Junaidi, S.M.
9. Seluruh Dosen pengajar dan Staf Pegawai Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya Medan.
10. Kedua orang tua tercinta, saudara-saudaraku serta teman-teman yang telah banyak memberikan dorongan dan bantuan moril, materil maupun spiritual.

Penulis menyadari skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Untuk itu segala saran dan kritik untuk penyempurnaan skripsi ini sangat diharapkan penulis.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Terima kasih.

Medan, 15 Juni 2023

Hendra
191010193

ABSTRAK

Hendra, 191010193, 2023, Pengaruh E-Commerce Dan Persediaan Barang Terhadap Keberhasilan Usaha Penjualan Dimsum Di Mie Jaring Nelayan Sun Plaza, STIE Eka Prasetya, Program Studi Manajemen, Pembimbing I : Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si., Pembimbing II : Desma Erica Maryati M., S.Pd., M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh E-Commerce terhadap Keberhasilan Usaha pada Mie Jaring Nelayan Sun Plaza, Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini data primer dan data sekunder. Populasi penelitian adalah 100 responden dan menggunakan rumus slovin dalam menentukan jumlah sampe. Data dianalisis dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Hasil analisis memberikan persamaan **Keberhasilan Usaha = 20,844 + 0,143 E-Commerce + 0,158 Persediaan Barang + e**. Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa E-Commerce memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada Mie Jaring Nelayan Sun Plaza berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial yaitu $t_{hitung} 2,198 > t_{tabel} 1,660$. Hasil analisis menunjukkan Persediaan Barang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan Usaha pada Mie Jaring Nelayan Sun Plaza berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial yaitu $t_{hitung} 2,731 > t_{tabel} 1,660$. Hasil penelitian menunjukkan bahwa E-Commerce dan Persediaan Barang berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha Penjualan Dimsum Di Mie Jaring Nelayan Sun Plaza berdasarkan hasil uji hipotesis secara simultan yaitu sebesar $F_{hitung} 6,334 > F_{tabel} 3,09$. Hasil penelitian ini didukung oleh nilai R square (R^2) = 0,116 atau 11,6% yang artinya bahwa E-Commerce dan Persediaan Barang secara simultan mempunyai pengaruh sebesar 11,6% terhadap Keberhasilan Usaha pada Mie Jaring Nelayan Sun Plaza. Sedangkan sisanya 88,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang berasal dari luar model penelitian ini seperti harga, kualitas produk, layanan, promosi, diskon, keragaman produk dan lokasi.

Kata Kunci: E-Commerce, Persediaan Barang, Keberhasilan Usaha

ABSTRACT

Hendra, 191010193, 2023, The Influence of E-Commerce and Inventory of Goods on the Success of Dimsum Sales at Mie Jaring Nelayan Sun Plaza, STIE Eka Prasetya, Management Study Program, Advisor I : Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Sc., Advisor II : Desma Erica Maryati M., S.Pd., M.Sc.

This study aims to determine the effect of E-Commerce on Business Success at Mie Jaring Nelayan Sun Plaza. The research methodology used is a quantitative descriptive method. The type of data used in this research is primary data and secondary data. The research population is 100 respondents and uses the slovin formula in determining the number of samples. Data were analyzed using multiple linear regression analysis method. The results of the analysis give the **Business Success equation = 20.844 + 0.143 E-Commerce + 0.158 Goods Inventory + e**. The results of the research analysis show that E-Commerce has a positive and significant influence on Business Success at Mie Jaring Nelayan Sun Plaza based on the partial results of hypothesis testing, namely $t_{\text{count}} 2.198 > t_{\text{table}} 1.660$. The results of the analysis show that inventory has a positive and significant influence on the success of the business at Mie Jaring Nelayan Sun Plaza based on the partial results of hypothesis testing, namely $t_{\text{count}} 2.731 > t_{\text{table}} 1.660$. The results showed that E-Commerce and Goods Inventory had a positive and significant effect on Business Success on the Success of Dimsum Sales at Mie Jaring Nelayan Sun Plaza based on the results of simultaneous hypothesis testing, namely $F_{\text{count}} 6.334 > F_{\text{table}} 3.09$. The results of this study are supported by the value of R square (R^2) = 0.116 or 11.6%, which means that E-Commerce and Goods Inventory simultaneously have an influence of 11.6% on Business Success at Mie Jaring Nelayan Sun Plaza. While the remaining 88.4% is influenced by other factors that come from outside this research model such as price, product quality, service, promotions, discounts, product variety and location.

Keywords: E-Commerce, Goods Inventory, Business Success

MOTTO

“Benci tidak dapat dihilangkan dengan benci namun dengan cinta inilah hukum yang abadi.”

(Siddhartha Gautama)

“Dicintai dengan begitu dalam oleh seseorang akan memberimu kekuatan, sedangkan mencintai seseorang dengan begitu dalam akan memberimu keberanian.”

(Lao Zhu)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan untuk :

TUHAN ku yang tak henti menyayangiku. Terimakasih

Banyak...

Bapak, Ibu dan seluruh keluarga yang selalu dihatiku. Terimakasih

atas semuanya, maafkan semua kesalahanku jika aku pernah

menyakiti kalian..

Buat kamu, yeah dirimu yang selalu membilang diriku bodoh dan menurunkan
semangatku, I hate you.. tapi makasih banyak,

sekarang skripsiku uda selesai, kalo kamu ga marah-marah

mungkin Skripsiku gak akan selesai... thanks hunie, I love You 3000.

For all my besties, makasih

yaaa kalian sudah repot bantuin cariin data, ngeprint, antar

jemput, tim sorak selama aku menyusun Skripsi. Lugh you pull

DAFTAR ISI

JUDUL	
LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PENGESAHAN	
PERNYATAAN MENGENAI PLAGIARISME	
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
MOTTO.....	ix
PERSEMBAHAN	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	10
1.3 Batasan Masalah.....	11
1.4 Rumusan Masalah	11
1.5 Tujuan Penelitian.....	11
1.6 Mamfaat Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU	13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Teori Keberhasilan Usaha	13
2.1.1.1 Pengertian Keberhasilan Usaha	13

2.1.1.2 Indikator Keberhasilan Usaha.....	14
2.1.1.3 Faktor-Faktor Keberhasilan Usaha.....	15
2.1.2 Teori Persediaan Barang	17
2.1.2.1 Pengertian Persediaan Barang	17
2.1.2.2 Indikator Persediaan Barang.....	19
2.1.2.3 Jenis-Jenis Persediaan.....	19
2.1.2.4 Mamfaat Persediaan Barang	20
2.1.3 Teori Tentang E-Commerce.....	21
2.1.3.1 Pengertian E-Commerce	21
2.1.3.2 Indikator E-Commerce	22
2.1.3.3 Mamfaat E-Commerce.....	22
2.2 Penelitian Terdahulu	23
2.3 Kerangka Konseptual	26
2.4 Hipotesis Penelitian.....	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	27
3.1.1 Lokasi Penelitian.....	27
3.1.2 Waktu Penelitian.....	27
3.2 Jenis dan Sumber Data	27
3.2.1 Jenis Data.....	27
3.2.2 Sumber Data	28
3.3 Populasi dan Sampel	28
3.3.1 Populasi	28
3.3.2 Sampel.....	29
3.4 Defenisi Operasional Variabel Penelitian	30
3.5 Teknik Pengumpulan Data	32
3.6 Teknik Analisis Data.....	33
3.6.1 Uji Validitas	33

3.6.2 Uji Reliabilitas.....	34
3.6.3 Uji Asumsi Klasik	34
3.6.3.1 Uji Normalitas	35
3.6.3.2 Uji Multikolinieritas.....	36
3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	36
3.6.4 Analisis Regresi Linier Berganda	37
3.6.5 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	38
3.6.6 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....	39
3.6.7 Koefisien Determinasi (R^2)	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Gambaran Umum Penelitian	41
4.1.1 Sejarah Singkat.....	41
4.1.2 Visi dan Misi Mie Jaring.....	42
4.1.2.1 Visi Mie Jaring	42
4.1.2.2 Misi Mie Jaring.....	42
4.1.3 Struktur Organisasi Mie jaring.....	44
4.2 Hasil Penelitian	46
4.2.1 Karakteristik Responden	46
4.2.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	48
4.2.2.1 Uji Validitas	48
4.2.2.2 Uji Reliabilitas	53
4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	55
4.2.3.1 Uji Normalitas	55
4.2.3.2 Uji Multikolinieritas.....	58
4.2.3.3 Uji Heterokedastisitas	60
4.2.4 Teknik Analisis Data.....	61
4.2.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	61
4.2.4.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial(Uji t).....	63

4.2.4.3 Pengujian Hipotesis Sescara Simultan (Uji F).....	64
4.2.4.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	66
4.3 Pembahasan.....	67

BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL DAN SARAN

AKADEMIS

5.1 Kesimpulan.....	70
5.2 Implikasi Manajerial	71
5.3 Saran Akademis	72

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

SURAT IZIN RISET

SURAT BALASAN RISET

FOTOCOPY KARTU PESERTA SEMINAR PROPOSAL

FOTOCOPY KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Restoran Dimsum Di Indonesia.....	2
Tabel 1.2 Restoran Dimsum Di Sumatera Utara	3
Tabel 1.3 Restoran Dimsum Di Kota Medan	3
Tabel 1.4 Jumlah Pengunjung	5
Tabel 1.5 Data Penjualan.....	6
Tabel 1.6 Data Persediaan Barang	9
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 3.1 Defenisi Operasional	31
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	47
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	48
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Pelanggan	49
Tabel 4.4 Uji Validitas Variabel E-Commerce	50
Tabel 4.5 Uji Validitas Variabel Persediaan Barang.....	51
Tabel 4.6 Uji Validitas Variabel Keberhasilan Usaha.....	52
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas Variabel E-Commerce.....	53
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas Variabel Persediaan Barang	54
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas Variabel Keberhasilan Usaha.....	54
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Statistik Normalitas	58
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Multikolinieritas	59
Tabel 4.12 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	61
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Parsial (Uji t).....	63

Tabel 4.14 Hasil Pengujian Serempak (Uji F)	65
Tabel 4.15 Uji Koefisien Determinan (R^2).....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tampilan GrabFood.....	7
Gambar 1.2 Tampilan Go-Food	7
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	26
Gambar 4.1 Struktur Organisasi	44
Gambar 4.2 Grafik Histogram.....	56
Gambar 4.3 Normal Probability Plot of Regression.....	57
Gambar 4.4 Grafik Scatterplot	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Tabulasi Data Uji Validitas Dan Reliabilitas

Lampiran 3 Hasil Analisis Data Validitas dan Reliabilitas E-Commerce (X_1)

Lampiran 4 Hasil Analisis Data Validitas dan Reliabilitas Persediaan Barang (X_2)

Lampiran 5 Hasil Analisis Data Validitas dan Reliabilitas Keberhasilan Usaha (Y)

Lampiran 6 Tabulasi Angket Responden

Lampiran 7 Hasil Uji Normalitas

Lampiran 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas Grafik Scatterplot

Lampiran 9 Hasil Uji Analisis Regresi Linier

Lampiran 10 Uji Koefisien Determinan (R^2)

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini persaingan antar bisnis restoran makanan semakin ketat yang ditandai dengan banyaknya restoran yang tumbuh dan berkembang. Persaingan ini juga disebabkan karena semakin tingginya tingkat konsumsi masyarakat di restoran. Untuk dapat unggul dan mampu mempertahankan usaha serta pelanggannya, perusahaan harus bisa memberikan nilai yang lebih dari pesaingnya, melalui upaya-upaya yang kreatif dan inovatif. Bisnis restoran merupakan salah satu bisnis yang sangat menjanjikan melihat permintaan pasar akan makanan yang tinggi dan disertai dengan daya beli masyarakat yang potensial. Restoran adalah suatu usaha komersil yang menyediakan jasa pelayanan makan dan minum dan dikelola secara profesional. Usaha restoran atau rumah makan, dewasa ini menunjukkan perkembangan yang relatif pesat, terbukti semakin banyaknya restoran dan rumah makan yang siap saji merambah di kota besar. Salah satu makanan siap saji yang diminati saat ini adalah Dimsum.

Dimsum salah satu makanan ringan yang berasal dari negeri China yang biasa disajikan dengan cara dikukus maupun digoreng. Makanan ini biasa dinikmati bersama saat minum teh. Penyajiannya yang praktis dan penyediaan membuat dimsum banyak diminati masyarakat yang menerapkan gaya hidup praktis. Banyak jenis dimsum yang ada dan telah diadaptasi dengan cita rasa Indonesia seperti hakau, siomay, mantau, char siu bau dan jenis lainnya.

Melihat peluang bisnis yang besar ini karena dibutuhkan oleh masyarakat di kota besar. Pelaku bisnis mulai membangun restoran sendiri dengan menyajikan berbagai khas makanan dimsum. Terlihat dari kota besar seperti Jakarta, Surabaya, Yogyakarta, Bandung dan kota lainnya memiliki restoran dimsum yang sangat ramai akan pengunjungnya. Berikut ini terlihat berbagai jenis restoran yang menyajikan dimsum di Indonesia :

Tabel 1.1
Restoran Penyaji Dimsum Di Kota Besar Indonesia

Kota	Nama Restoran	Alamat Lengkap
Jakarta	Wing Heng Hongkong Dimsum Shop	Jl. Pluit Karang Utara Blok A4U No.65, RT.12/RW.3, Pluit, Kec. Penjaringan, Jakarta Utara
Surabaya	Dimsum Mbledos	Jl. Dr. Ir. H. Soekarno No.53, Kalijudan, Kec. Mulyorejo, Kota Surabaya
Yogyakarta	Tentrem Hotel Dimsum	Jl. P. Mangkubumi No.72A, Cokrodiningratan, Kec. Jetis, Kota Yogyakarta.
Bandung	Eastern Dimsum	Istana Plaza Lantai GF Blok B5-B6, Jl. Pasir Kaliki No.121-123, Pamoyanan, Kec. Cicendo, Kota Bandung

Sumber: www.google.com, 2020

Dari Tabel 1.1 diatas, dapat dilihat bahwa terdapat berbagai restoran yang membuat masyarakat dapat menikmati Dimsum dimanapun mereka berada. Sama hal dengan kota yang berada di provinsi Sumatera Utara. Berbagai kota besar seperti Tebing Tinggi, Siantar, Rantau Prapat, Kisaran dan berbagai kota lainnya. Berikut ini restoran yang menyajikan Dimsum dapat dilihat pada tabel dibawah sebagai berikut :

Tabel 1.2
Restoran Penyaji Dimsum Di Kota Besar Sumatera Utara

Kota	Nama Restoran	Alamat Lengkap
Tebing Tinggi	Classy Dimsum	Jl. Pasar Baru No. 33, Tebing Tinggi Kota
Siantar	Mami Dimsum	Jl. Sipinggol-Pinggol No. 115, Pematang Siantar
Rantau Prapat	Waroeng Royal Dimsum	Jl. T. Amir Hamzah, Komp D1. Sitorus No. 12, Rantau Prapat
Kisaran	Dimsum Mak Doi	Jl. Akasia Baru No. 22A, Kisaran Kota

Sumber : www.google.com, 2020

Berdasarkan Tabel 1.2 diatas, dapat dilihat untuk di Sumatera Utara sendiri banyak kota besar yang menyajikan Dimsum. Sedangkan untuk Ibu kotanya sendiri yaitu Medan, terdapat sangat banyak restoran penyaji Dimsum karena masyarakat Medan terkenal sebagai masyarakat yang gemar melakukan wisata kuliner terutama saat akhir pekan atau pada hari libur. Melihat peluang dari bisnis kuliner Dimsum membuat banyak pelaku bisnis bersaing untuk membuka restoran yang menyajikan Dimsum. Berikut ini beberapa restoran terkemuka yang dikenal akan kelezatan Dimsumnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 1.3
Restoran Penyaji Dimsum Di Kota Medan

Nama Restoran	Alamat Lengkap
Dimsum Ayong Babura Medan	Jl. Babura Lama No.12, Darat, Kec. Medan Baru, Kota Medan
Paradise Dynasti	Centre Point Mall, Jl. Timor No.7A, Gg. Buntu, Kec. Medan Tim., Kota Medan.

Nama Restoran	Alamat Lengkap
Jade Restaurant	JW Marriott, Jl. Putri Hijau No.10, Kesawan, Kec. Medan Bar., Kota Medan
Sari Laut Nelayan	Jl. Putri Merak Jingga No. 8 C-D, Medan

Sumber : Google.com, 2020

Berdasarkan Tabel 1.3 diatas, dapat dilihat bahwa salah satu restoran yang sangat berkembang di kota Medan saat ini adalah Restoran Sari Laut Nelayan Medan. Fenomena yang menarik dari restoran ini adalah selalu tampak ramai dikunjungi oleh konsumen baik pada saat makan siang, dan makan malam ataupun di akhir pekan karena berbagai varian hidangan Dimsum yang disajikan.

Menurut penelitian dari Farhang Salehi, Bentolhoda Abdollahbeigi, Atefeh Charmchian Langroudi, Forouz Salehic dengan judul *“The Impact of Website Information Convenience On E-commerce Success Of Companies“* di simpulkan Studi ini menunjukkan bahwa ada banyak faktor yang dapat mempengaruhi kenyamanan dan kemudahan informasi situs web kemudahan ini memiliki efek langsung pada keberhasilan e-commerce perusahaan. Sedangkan menurut penelitian dari Yessica Siagian, Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, Desma Erica Maryati M dengan judul Penerapan E-CRM Penjualan Sapi di Gapoktan Bina Tani Kepenghuluan Sintong menunjukkan E-Commerce sangat berpengaruh bagi perusahaan maupun masyarakat.

Keberhasilan suatu usaha dapat dilihat dari diri masing-masing karyawan pada perusahaan itu sendiri, tetapi keberhasilan suatu usaha tidak mudah dicapai begitu saja. Karyawan harus memiliki kreativitas, memiliki rasa ingin tahu,

mengikuti perkembangan teknologi dan dapat menerapkannya secara produktif agar menyebabkan adanya keberhasilan suatu usaha. Keberhasilan usaha yaitu keadaan yang menggambarkan tingkat yang ada di atas rata-rata usaha yang berada di dalam derajatnya. Artinya usaha yang dijalankan tersebut dapat menghasilkan laba yang tinggi.

Menurut Choms, Nelly, Irwansyah dan Joko (2019:42), Keberhasilan Usaha adalah keadaan dimana usaha mengamali peningkatan dari hasil yang sebelumnya. Mie Jaring Nelayan Sun Plaza berhaasila meningkatkan jumlah pengunjungnya setiap akhir tahun maupun pasca pandemi 2019. Adapun jumlah pengunjung Mie Jaring Nelayan Sun Plaza pada tahun 2018-2022 :

Tabel 1.4
Data Pengunjung Mie Jaring Nelayan Sun Plaza

Tahun	Data Pengunjung	
	Target Pengunjung	Jumlah Pengunjung
2018	475.000	534.725
2019	350.000	318.645
2020	250.000	239.805
2021	450.000	457.345
2022	500.000	556.260

Sumber : Data Pengunjung Mie Jaring Nelayan Sun Plaza 2023

Dari tabel 1.4 bisa di simpulkan bahwa jumlah pengunjung di Mie Jaring Nelayan Sun Plaza mengalami kenaikan jumlah pengunjung dari data di atas target yang di tetapkan oleh perusahaan terhadap Mie Jaring Nelayan Sun Plaza telah mencapai target yang di berikan perusahaan terhadap Mie Jaring Nelayan Sun Plaza.

Menurut penelitian terdahulu dengan judul “Peran E-Commerce Dalam Menopang Keberhasilan UMKM Di Indonesia” di simpulkan penggunaan E-Commerce dapat meningkatkan mutu pelayanan pelanggan/konsumen dan memperoleh informasi baik harga maupun detail produk.

Sektor kuliner Indonesia saat ini telah menciptakan strategi penjualan berbasis internet atau *e-commerce* yang menyebabkan minat beli masyarakat akan transaksi di *e-commerce* tinggi. Tingginya pertumbuhan pengguna internet tersebut berimbas pada nilai jual beli belanja online. Terlihat dari data Asosiasi Pengguna Internet Indonesia bahwa rata-rata pelaku pengguna internet di Indonesia dalam berbelanja online yang pernah dilakukan sebesar 6.78 persen (APJII, 2022).

Adapun pendapatan dari *e-commerce* maupun *offline* yang di dapatkan Mie Jaring Nelayan Sun Plaza dari tahun 2017-2021 sebagai tabel berikut:

Tabel 1.5
Data Penjualan Dimsum Di Mie Jaring Nelayan Sun Plaza Periode 2018-2022

Tahun	Jumlah Penjualan			Presentase		
	Penjualan Offline	Penjualan Online	Total Penjualan	Offline	Online	Total
2018	6.657.324.908	1.758.250.250	8.415.575.158	79.11	20.89	100%
2019	5.166.907.230	958.350.125	6.125.257.355	84.35	15.65	100%
2020	3.964.273.608	550.850.250	4.515.123.858	87.80	12.20	100%
2021	6.595.539.124	1.350.250.450	7.945.789.574	83.01	16.99	100%
2022	6.539.864.795	2.010.350.550	8.550.215.345	76.49	23.51	100%

Sumber : Mie Jaring Nelayan, Desember 2022

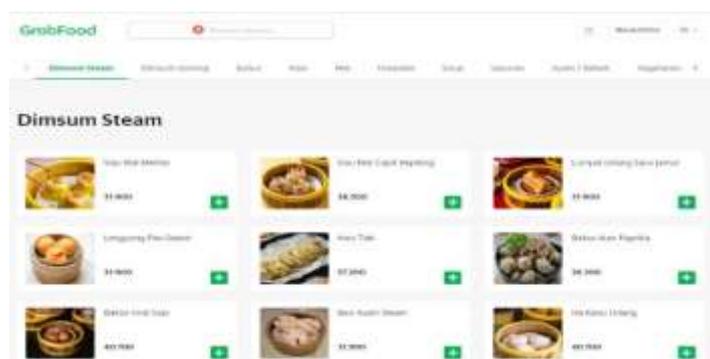
Dari data tabel 1.5 menunjukkan pendapatan yang di dapatkan Mie Jaring Nelayan Sun Plaza mengalami penurunan pada tahun 2019 – 2020 sebab adanya

pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) secara bertahap di wilayah – wilayah yang terindikasi mempercepat penyebaran virus covid-19. Dari data tabel 1.5 bisa di simpulkan penjualan secara online juga mempengaruhi penjualan di Mie Jaring Nelayan Sun Plaza walaupun secara umum konsumen lebih banyak memilih makan di tempat yang di karenakan beberapa alasan sebagai salah satunya adalah rasa dimsum yang enak pada saat dimakan secara hangat atau panas.

Semenjak adanya *e-commerce* di kehidupan masyarakat, masyarakat tidak merasa kesulitan ketika ingin membeli makanan. Dari rumah saja konsumen dapat membeli produk yang di inginkan. Mie Jaring Nelayan bekerja sama dengan beberapa aplikasi penyedia jasa antar makanan seperti Grab food dan Go-food dengan memberikan berbagai makan promo. Menurut Hastuti, dkk (2020:70), *E-Commerce* adalah segala bentuk transaksi perdagangan atau perniagaan barang atau jasa (*trade of goods and service*) dengan menggunakan media elektronik.

Mie Jaring Nelayan juga memiliki kerja sama dengan Grab Food untuk meningkatkan penjualan mereka secara *e-commerce*. Berikut adalah gambaran dari halaman Mie Jaring Nelayan di Grab Food :

Gambar 1.1
Tampilan Mie Jaring Nelayan Di GrabFood



Selain bekerja sama dengan Grab Food Mie Jaring Nelayan juga memilih berkerja sama juga dengan Go-Food untuk meningkatkan penjualan di Mie Jaring Nelayan Sun Plaza, berikut adalah tampilan Mie Jaring Nelayan di Go-Food :

Gambar 1.2
Tampilan Mie Jaring Nelayan di Go-Food



Dari ulasan yang di dapatkan dari konsumen kepada Mie Jaring Nelayan, konsumen merasakan lebih nyaman berbelanja makanan secara *offline* atau langsung di tempat, karena konsumen merasa lebih nyaman setelah lelah berbelanja di mall konsumen akan langsung makan dimsum di tempat dan memiliki banyak waktu untuk berbelanja. Sebagian besar konsumen juga merasa puas karena pelayanan yang di berikan cukup cepat.

Menurut penelitian Thomas S. Lyons, John S. Lyons, and G. Jason Jolley Journal of Entrepreneurship and Public Policy dengan judul “*A Framework For Applying The Readiness Inventory For Successful Entrepreneurship (RISE)*” di simpulkan *If we are unable to effectively measure the skills sets of developing entrepreneurs, it stands to reason that we will struggle to manage their successful development.*” Dengan arti ika kita tidak dapat mengukur secara efektif set

keterampilan pengusaha berkembang, masuk akal bahwa kita akan berjuang untuk mengelola perkembangan sukses mereka.

Mie Jaring Nelayan merupakan salah satu outlet dari Nelayan Group yang menyediakan sejumlah varian dimsum yang di sajikan untuk konsumen atau masyarakat. Untuk persediaan dimsum Mie Jaring Nelayan mengambil barang langsung dari gudang yang ada di kantor pusat melalui pemesanan baik secara *online* dan *offline*. masalah yang sering ditimbulkan oleh Mie Jaring Nelayan adalah terjadi kekurangan persediaan yang di sebabkan oleh pengantaran dan persediaan yang ada di gudang pusat yang mengalami keterlambatan produksi akibatnya mengalami keterlambatan pengiriman. Menurut Musthafa (2017:49), Persediaan Barang atau inventory merupakan salah satu aktiva lancar yang jumlahnya cukup besar dan selalu berputar secara terus menerus serta mengalami perubahan pada suatu perusahaan.

Tabel 1.6
Data Persediaan Dimsum pada Mie Jaring Nelayan

Hari	Total Persediaan
Senin	850 Prs
Selasa	850 Prs
Rabu	850 Prs
Kamis	850 Prs
Jum'at	950 Prs
Sabtu	1000 Prs
Minggu	1000 Prs

Sumber : Mie Jaring Nelayan Desember 2022

Berdasarkan Tabel 1.6 di atas, dapat di lihat bahwa Mie Jaring Nelayan mengalami peningkatan setiap mendekati hari weekend yang harus di sediakan oleh pihak cabang untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Berdasarkan permasalahan yang ada peneliti melakukan penelitian dengan judul “ **PENGARUH E-COMMERCE DAN PERSEDIAAN BARANG TERHADAP KEBERHASILAN USAHA PENJUALAN DIMSUM DI MIE JARING NELAYAN SUN PLAZA**”

1.2 Identifikasi Masalah

Pada latar belakang yang telah diuraikan di atas, dapat di lihat terjadi keberhasilan usaha yang di sebabkan oleh :

1. E-commerce mempengaruhi keberhasilan usaha pada Mie Jaring Nelayan Sun Plaza walaupun secara umum konsumen lebih memilih makan di tempat karena apabila dimsum tersebut di bawa pulang maka dimsum tersebut tidak enak untuk di makan karena kurang panas saat mau di makan.
2. Persediaan barang digudang maupun di outlet sering mengalami kehabisan stock dari varian menu-menu tertentu dan proses pengantaran barang sering mengalami kendala sehingga banyak menu yang di *sold out* agar tidak terjadi double input pada saat pemesanan.

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah Penggunaan e-commerce (X_1), persediaan barang (X_2), dan Keberhasilan Usaha (Y), pengambilan data dilakukan pada Mie Jaring Nelayan Sun Plaza

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas, dapat dibuat perumusan masalah yaitu:

1. Apakah *E-Commerce* Berpengaruh Terhadap Keberhasilan Usaha Di Nelayan Mie Jaring Sun Plaza ?
2. Apakah Persediaan Barang Berpengaruh Terhadap Keberhasilan Usaha Di Mie Jaring Nelayan Sun Plaza ?
3. Apakah *E-Commerce* Dan Persediaan Barang Berpengaruh Terhadap Keberhasilan Usaha Di Mie Jaring Nelayan Sun Plaza ?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk Mengetahui Pengaruh *E-Commerce* Berpengaruh Terhadap Keberhasilan Usaha Di Mie Jaring Nelayan Sun Plaza.
2. Untuk Mengetahui Pengaruh Persediaan Barang Berpengaruh Terhadap Keberhasilan Usaha Di Mie Jaring Nelayan Sun Plaza.

3. Untuk Mengetahui Pengaruh *E-Commerce* Dan Persediaan Barang Berpengaruh Terhadap Keberhasilan Usaha Di Mie Jaring Nelayan Sun Plaza.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dapat diperoleh dari hasil penelitian ini adalah :

1. Bagi Akademis

Sebagai tambahan referensi kepustakaan yang dapat digunakan mahasiswa khususnya Jurusan Manajemen mengenai variabel *e-commerce* dan persediaan barang terhadap Keberhasilan usaha di Mie Jaring Nelayan Sun Plaza dan bagi peneliti selanjutnya dapat menjadi memberikan manfaat sebagai referensi ketika ingin melakukan penelitian.

2. Bagi Mie Jaring Nelayan Sun Plaza

Sebagai dasar perbaikan keunggulan dalam bersaing pada produk sejenis dan sebagai informasi mengenai bagaimana pengaruh *e-commerce* dan persediaan barang terhadap Keberhasilan Usaha di Mie Jaring Nelayan Sun Plaza.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Keberhasilan Usaha

2.1.1.1 Pengertian Keberhasilan Usaha

Seorang wirausahawan dalam menekuni usahanya bertujuan untuk meraih keberhasilan. Sebagai pengelola usaha, wirausahaan harus dapat mengorganisasi, memanfaatkan, dan meningkatkan sumber daya yang tersedia sedemikian rupa sehingga mampu bersaing dengan pelaku usaha lain serta dapat pula memanfaatkan setiap kesempatan yang ada.

Menurut Siti Musarrofah (2022:44) Keberhasilan Usaha adalah suatu kenyataan penyesuaian rencana dengan proses pelaksanaannya dan hasil yang di capai.

Menurut Saryanto (2021:5) definisi Keberhasilan Usaha adalah keberhasilan dari bisnis mencapai tujuannya, dimana keberhasilan tersebut didapatkan dari wirausaha yang memiliki otak yang cerdas, yaitu kreatif, mengikuti perkembangan teknologi dan dapat menerapkan secara proaktif dan hal tersebut terlihat dari usaha dari wirausaha dimana suatu keadaan usahanya yang lebih baik dari periode sebelumnya dan menggambarkan lebih daripada yang lainnya yang sederajat atau sekelasnya, dapat dilihat dari efisiensi proses produksi yang dikelompokkan berdasarkan efisiensi secara teknis dan efisiensi secara ekonomis, target perusahaan yang ditentukan oleh manajer-pemilik usaha,

permodalan, skala usaha, hasil atau laba, jenis usaha atau pengelolaan, kinerja keuangan, serta image perusahaan.

Menurut Liswati (2021: 47) Keberhasilan Usaha merupakan keberhasilan dari bisnis mencapai tujuannya. Menurut Sopan Adrianto (2019:228), Keberhasilan Usaha adalah suatu kenyataan penyesuaian antara rencana dengan proses pelaksanaannya dan hasil yang dicapai. Menurut Choms, Nelly, Irwansyah dan Joko (2019:42), Keberhasilan Usaha adalah keadaan dimana usaha mengamali peningkatan dari hasil yang sebelumnya.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa keberhasilan usaha merupakan suatu keadaan dimana seseorang atau organisasi yang dimana pelaksanaan usaha telah mencapai hasil yang di inginkan dan telah mencapai tujuan yang telah di tentukan.

2.1.1.2 Indikator Keberhasilan Usaha

Seorang wirausahawan harus memiliki tujuan menuju kesuksesan dalam berusaha maka seorang wirausahawan harus mengetahui penting sebuah indikator untuk mendukung wirausahawan dalam mencapai keberhasilan usahanya.

Menurut Siti Musarrofah (2022:44), kriteria penting sebagai indikator keberhasilan usaha, yaitu :

1. Kemampuan menyesuaikan diri
2. Produktivitas
3. Kepuasan kerja
4. Kemampuan mendapatkan laba dan pencairan sumber daya

2.1.1.3 Faktor-faktor Keberhasilan Usaha

Seorang wirausahaan pastinya akan menghadapi beberapa masalah dalam berusaha maka seorang wirausahaan harus mengetahui faktor-faktor yang dapat membuat seorang wirausahawan mencapai keberhasilan usaha.

Menurut Putra, dkk., (2021:8-10) Berikut ini dipaparkan beberapa faktor penentu Keberhasilan Usaha :

1. Visi usaha jelas

Visi merupakan tujuan jangka panjang dan jati diri sebuah usaha. Visi menjadi sebuah tolak ukur untuk mencapai kesuksesan dan kemajuan perusahaan, sehingga dalam praktiknya, perusahaan memiliki dasar dalam membuat kebijakan dan aturan untuk kepentingan perusahaan. Keberadaan visi menjadi acuan bagi perusahaan untuk mengembangkan bisnisnya. Terlebih lagi menjadi pedoman bagi karyawan dalam melaksanakan tugas dan fungsinya.

2. Berani mengambil risiko

Salah satu hal yang membedakan seorang wirausahawan dengan karyawan adalah keberanian dalam mengambil risiko. Berada di zona nyaman bukanlah ciri dari seorang wirausahawan. Berani mengambil risiko mencakup banyak hal mulai dari yaitu berani rugi, berani mengambil keputusan, berani menghadapi masalah, hingga berani mengalami kebangkrutan. Namun perlu diperhatikan bahwa keberanian dalam mengambil risiko bukan berarti hanya mengandalkan nasib tanpa ada

berpikir panjang. Keberanian dalam mengambil risiko harus dibekali dengan perencanaan, persiapan dan keahlian khusus dalam berbisnis.

3. Bekerja keras dan pantang menyerah

Diakui atau tidak, merintis usaha menjadi tahapan yang paling sulit. Tahap pencarian ide usaha, penentuan target konsumen dan pangsa pasar, penentuan jenis produk dan harga jual, hingga penentuan lokasi menjadi hal yang harus diperhatikan. Tidak jarang bahwa semua yang telah dipersiapkan justru mengalami kegagalan. Namun, seorang wirausahawan sejati beranggapan bahwa kegagalan tidak senantiasa menjadi penghalang untuk maju dan sukses. Jiwa pekerja keras dan pantang menyerah menjadi dasar untuk segala kesuksesan yang telah ditargetkan. Penyesuaian ide bisnis dengan melakukan sedikit modifikasi sesuai permintaan pasar merupakan salah satu contoh kerja keras dan pantang menyerah atas apa yang sudah diyakini. Hal yang tak kalah penting bahwa dalam berbisnis tidak ada yang instan. Wirausahawan sejati percaya akan prosesnya. Seperti semboyan yang mengatakan *The process is really hard, and you have to be really tough*

4. Peka terhadap sekitar Ide bisnis tidak dapat diajarkan

Ide bisnis muncul dari kepekaan terhadap lingkungan sekitar. Tiga komponen penting dari ide bisnis adalah adanya permasalahan atau kebutuhan masyarakat. Kedua yakni pengusaha mampu menciptakan solusi terhadap masalah tersebut. Ketiga yaitu masyarakat bersedia mengeluarkan dana atas solusi yang ditawarkan pengusaha.

5. Tidak mudah puas

Pengusaha yang sukses memiliki sifat tidak pernah puas atas pencapaiannya. Selalu ada yang dirasa kurang sehingga menuntutnya untuk terus melakukan perbaikan dan pembaharuan. Itulah yang mampu memunculkan inovasi baru. Komponen penting dari eksistensi usaha yaitu pembaharuan dan inovasi yang terus menerus.

6. Menjaga hubungan baik dengan stakeholder

Relasi menjadi hal yang sangat penting dalam sebuah usaha. Adanya relasi akan mempermudah pengusaha untuk memasarkan produknya dan bahkan memperluas pangsa pasar. Itulah yang mendasari bahwa pengusaha wajib untuk menjalin dan menjaga hubungan baik dengan para stakeholder.

7. Bertanggungjawab

Selain fokus untuk menghasilkan keuntungan yang bersifat materi, seorang pengusaha juga memiliki tanggungjawab terhadap bisnisnya. Beberapa jenis tanggung jawab seorang pengusaha yakni tanggungjawab terhadap karyawannya, konsumen, masyarakat yang berada di sekitar lingkungan bisnisnya, serta bertanggungjawab terhadap lingkungan sekitar.

2.1.2 Teori Persediaan Barang

2.1.2.1 Pengertian Persediaan Barang

Untuk menjalankan kegiatan usaha diperlukan tempat untuk menyimpan barang atau persediaan yang dikenal dengan *warehouse* atau gudang. Sehingga persediaan yang bahan baku, bahan setengah jadi dan bahan jadi dapat di awasi

dengan seksama agar persediaan barang yang ada di gudang tidak habis karena persediaan barang menentukan *operasional* suatu organisasi.

Menurut Kasmir (2016:268), Persediaan adalah sejumlah barang yang harus disediakan oleh perusahaan pada suatu tempat tertentu.

Menurut Sugeng (2017:87), Persediaan adalah sejumlah barang seperti dalam bentuk barang dagangan, barang jadi, barang dalam proses, bahan baku, bahan pembantu, alat tulis kantor, perlengkapan dan sejenisnya yang sengaja disediakan di perusahaan untuk digunakan sewaktu-waktu sesuai kebutuhan dalam rangka menjaga kelancaran dan keberlanjutan operasional perusahaan.

Menurut Vikaliana, dkk (2020:3), Persediaan adalah sebagai suatu aktiva yang meliputi barang- barang milik perusahaan dengan maksud untuk di jual dalam suatu periode yang normal, atau persediaan barang-barang masih dalam pengerjaan/proses produksi, ataupun persediaan barang baku yang menunggu penggunaannya dalam suatu proses produksi.

Menurut oleh Musthafa (2017:49), Persediaan Barang atau inventory merupakan salah satu aktiva lancar yang jumlahnya cukup besar dan selalu berputar secara terus menerus serta mengalami perubahan pada suatu perusahaan.

Menurut Arifin (2018:17), Persediaan adalah barang yang di peroleh perusahaan yang dimaksudkan untuk di jual kembali atau diolah lebih lanjut dalam rangka menjalankan kegiatan usaha normalnya

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa persediaan barang merupakan barang barang yang di gunakan oleh pihak

perusahaan atau suatu organisasi untuk memenuhi kebutuhan produksi baik barang jadi ataupun setengah untuk di jual kembali dengan tujuan mencari keuntungan.

2.1.2.2 Indikator Persediaan Barang

Seorang wirausahaan dalam menjalankan bisnisnya harus memiliki gudang untuk menyediakan keperluannya dalam berbisnis maka persediaan barang sangat penting bagi seorang wirausahaan.

Menurut Kasmir (2016:270), Secara umum hubungan utama besarnya investasi dalam sediaan dipengaruhi oleh yaitu :

1. Jumlah Penjualan
2. Waktu dan segi teknis proses produksi
3. Daya tahan dan faktor mudahnya rusak barang
4. Kemudahan pengadaan kembali sediaan
5. Konsekuensi kehabisan sediaan suatu barang
6. Faktor harga beli

2.1.2.3 Jenis-Jenis Persediaan

Seorang wirausahaan dalam menjalankan bisnisnya pasti memiliki beberapa jenis persediaan yang terdapat di gudang yang digunakan dalam memproduksi atau menjalankan operasional perusahaan.

Menurut Sugeng (2017:87), ada beberapa jenis-jenis persediaan yaitu :

1. Persediaan Barang Dagang

Persediaan barang yang telah dibeli oleh perusahaan untuk dijual kembali tanpa merubah karakteristik fisik dari barang tersebut.

2. Persediaan Barang Jadi

Persediaan dari barang yang telah selesai diproduksi sendiri oleh perusahaan dan siap dijual atau didistribusikan ke pelanggan.

3. Persediaan Barang Dalam Proses

Persediaan dari barang yang secara teknis belum selesai diproduksi atau masih dalam tahap proses pengerjaan.

4. Persediaan Bahan Baku

Persediaan dari bahan baku yang siap untuk diproses dalam proses produksi.

2.1.2.4 Manfaat Persediaan Barang

Seorang wirausahaan dalam menjalankan bisnisnya harus mengetahui apa saja manfaat persediaan yang ada di gudang atau di operasional perusahaan dalam menjalankan bisnis untuk menuju kesuksesan dalam berbisnis.

Menurut Arifin (2018:37), Manfaat persediaan ada lima yaitu,:

1. Memungkinkan pengguna sumber daya dan penjadwalan produksi secara efisien.
2. Persediaan bahan mentah memberi fleksibilitas dalam pembelian bagi perusahaan.
3. Persediaan barang jadi memberi perusahaan fleksibilitas dalam jadwal produksi dan pemasarannya.

4. Persediaan dalam jumlah besar memungkinkan pelayanan yang efisien terhadap permintaan pelanggan.
5. Terdapat beberapa keuntungan dengan adanya peningkatan persediaan.

2.1.3 Teori Tentang E-Commerce

2.1.3.1 Pengertian *E-Commerce*

Seorang wirausahawan dalam menekuni usahanya bertujuan selalu dapat bersaing dengan yang lain. Sebagai pengelola usaha, wirausahaan harus dapat mengorganisasi, memanfaatkan, dan meningkatkan sumber daya yang tersedia sedemikian rupa sehingga mampu bersaing dengan pelaku usaha lain serta dapat memanfaatkan setiap kesempatan yang ada di zaman dengan penggunaan internet dan perubahan teknologi yang sangat cepat sehingga harus memaksimalkan kesempatan yang ada.

Menurut Adhi Prasetyo (2021:99), *E-Commerce* adalah teknologi internet yang berfokus pada kegiatan transaksi barang atau jasa secara jarak jauh tanpa harus bertemu secara langsung.

Menurut Hastuti, dkk (2020:70), *E-Commerce* adalah segala bentuk transaksi perdagangan atau perniagaan barang atau jasa (*trade of goods and service*) dengan menggunakan media elektronik.

Menurut Marpi (2020:169), *E-Commerce* merupakan perdagangan konvensional yang bersifat khusus karena sangat dominan peranan media dan alat-alat elektronik.

Menurut Sari, dkk (2020:152), *E-Commerce* merupakan sebagai proses pembelian, penjualan, atau pertukaran produk, jasa, dan informasi melalui jaringan computer.

Menurut Romindo, dkk (2019:2) *E-Commerce* adalah hasil teknologi informasi yang saat ini sedang berkembang dengan begitu cepat terhadap pertukaran barang, jasa dan informasi melalui system elektronik seperti internet, televisi dan jaringan computer lainnya.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa *E-Commerce* merupakan suatu transaksi yang di lakukan melalui jaringan internet yang dilakukan dimana saja dan oleh siapa aja untuk membeli kebutuhan mereka sehari hari.

2.1.3.2 Indikator *E-Commerce*

Pada saat ini E-Commerce menjadi salah satu tentang bagi seorang pebisnis untuk bisa bersaing dengan yang lain maka seorang wirausahawan harus mengetahui apa saja indikator dari e-commerce untuk menjalankan bisnisnya.

Menurut Prasetio dkk.(,2021:77), indikator E-Commerce yaitu :

1. Efisiensi Biaya Pengeluaran.
2. Reputasi
3. Kemudahan dalam berbisnis online
4. Hubungan dengan pemerintah

2.1.3.3 Manfaat *E-Commerce*

Saat ini e-commerce memiliki banyak sekali manfaat baik bagi konsumen maupun bagi pebisnis dalam menjalankan bisnis maka seorang pebisnis harus mengetahui manfaat yang di dapatkan dari e-commerce.

Menurut Sumiyati dan Suwartini (2019:258), dari sudut bisnis, *E-Commerce* memberikan banyak sekali manfaat bagi para pengusaha. Berikut ini beberapa manfaat yang dapat diberikan oleh E-Commerce dalam dunis bisnis diantaranya:

1. Manfaat *E-Commerce* bagi pelaku bisnis
 - a. Kemudahan dalam aktivitas jual beli.
 - b. Memangkas biaya pemasaran.
 - c. Kemudahan dalam berkomunikasi dengan konsumen dan produsen.
 - d. Dapat menjangkau target pasar yang lebih luas.
 - e. Penyebaran informasi lebih mudah dan cepat.
 - f. Proses pembayaran menjadi lebih mudah dan cepat.
2. Manfaat *E-Commerce* bagi konsumen
 - a. Konsumen dapat berbelanja dengan lebih mudah selama 24 jam sehari sepanjang tahun.
 - b. Konsumen dapat melihat berbagai pilihan produk yang dianggap terbaik dengan harga yang paling sesuai.
 - c. Konsumen dapat membeli produk dan jasa dengan biaya yang lebih mudah setelah membandingkan dengan berbagai *E-Commerce*

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah upaya peneliti untuk mencari perbandingan dan selanjutnya untuk menemukan inspirasi baru untuk penelitian selanjutnya di samping itu kajian terdahulu membantu penelitian dapat memposisikan penelitian serta menunjukkan orsinalitas dari penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti mereferensi beberapa tinjauan penelitian terdahulu yang dapat mendukung penelitian ini seperti :

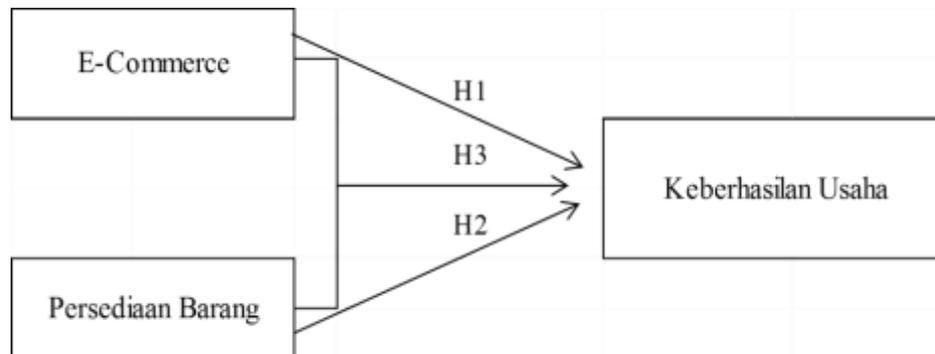
Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1	Novita Ekaari dan Nurhasanah Jurnal Sains Sosio Humaniora SINTA 4 P-ISSN:2580-1244, E-ISSN:2580-2305 Volume 2 Nomor 1 Januari – Juni 2018 Jambi	Pengaruh Lokasi dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kawasan Wisata Gentala Arasy Kota Jambi	Independen X_1 =Lokasi X_2 =Kreativitas Dependen Y =Keberhasilan usaha	Secara parsial variabel yang memberikan pengaruh terbesar terhadap keberhasilan usaha adalah variable lokasi dengan pengaruh sebesar 66,53% .
2	Susi Widjajani, Ridwan Baraba dan Rifi Handayani Jurnal Manajemen Maranatha SINTA 4 Volume 21, Nomor 1, Independen ISSN 1411-9293 Purworejo	Peran Karakteristik Wirausahawan dan Kemampuan Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha Di Masa Pandemi.	Independen X_1 =Karakteristik Wirausahawan X_2 =Kemampuan Usaha Dependen Y =Keberhasilan usaha	Hasil menunjukkan secara parsial maupun simultan karakteristik kewirausahaan dan Kemampuan Usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan usaha.

No	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
3	Purnama Ramadani Silalahi, Ibnu Habib Wahyudi, Muhammad Taufiq, Nurul Annisa, Zikri Rahman ISSN: 2580 – 5800 Volume 7, No. 4, 2022 SINTA 4 Sumatera Utara	Peran E-Commerce Dalam Menopang Keberhasilan UMKM Di Indonesia	Independen $X_1 = \text{E-Commerce}$ $Y = \text{Keberhasilan}$	Hasil menunjukkan penggunaan E- Commerce dapat meningkatkan mutu pelayanan pelanggan/konsumen dan memperoleh informasi baik harga maupun detail produk
4	Thomas S. Lyons, John S. Lyons, and G. Jason Jolley Journal of Entrepreneurship and Public Policy ISSN:2045-2101E- ISSN:2045-211X SCOPUS Amerika Serikat	A Framework For Applying The Readiness Inventory For Successful Entrepreneurship (RISE)	Independen $X_1 = \text{Framework}$ $X_2 = \text{Readiness}$ Inventory Dependen $Y = \text{Successful}$ Entrepreneurship	Hasil penelitian ini menunjukkan : If we are unable to effectively measure the skills sets of developing entrepreneurs, it stands to reason that we will struggle to manage their successful development
5	Farhang Salehi, Bentolhoda Abdollahbeigi, Atefeh Charmchian Langroudi, Forouz Salehic Computers in Human Behavior Reports E-ISSN:2451-9588 SCOPUS Malaysia	The Impact of Website Information Convenience On E- commerce Success Of Companies	Independen $X_1 = \text{Website}$ Information $X_2 = \text{E-Commerce}$ Dependen $Y = \text{Success Of}$ Companies	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : This study shows that there are many factors that can affect website information convenience and this convenience has direct effect on e-commerce success of companies.

2.3 Kerangka Konseptual

Berikut kerangka konseptual yang akan digunakan dalam penelitian yaitu:



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual

2.3 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka konseptual diatas, maka dapat dibuat hipotesis penelitian sebagai berikut ini:

H₁: Terdapat Pengaruh *E-Commerce* Terhadap Keberhasilan Usaha Di Mie Jaring Nelayan Sun Plaza.

H₂: Terdapat Pengaruh Persediaan Barang Terhadap Keberhasilan Usaha Di Mie Jaring Nelayan Sun Plaza.

H₃: Terdapat Pengaruh *E-Commerce* Dan Persediaan Barang Terhadap Keberhasilan Usaha Di Mie Jaring Nelayan Sun Plaza.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1 Lokasi Penelitian

Lokasi dilakukannya penelitian adalah Mie Jaring Nelayan Sun plaza yang beralamat di Jl. KH. Zainul Arifin No.7, Madras Hulu, Kec. Medan Polonia, Kota Medan, Sumatera Utara 20152, Sun Plaza Lt. III B 40-43.

3.1.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian dimulai dari bulan Maret sampai dengan April 2023.

3.2 Jenis dan Sumber Data

3.2.1 Jenis Data

Bagi seorang peneliti data merupakan sumber dari suatu masalah yang akan di teliti maka data bagi seorang peneliti sangat penting dalam suatu penelitian.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Berdasarkan pendapat Yusuf dan Daris (2019:7), jenis data didefinisikan sebagai pengelompokkan data berdasarkan kriteria tertentu seperti berdasarkan sumbernya dan berdasarkan teknik pengumpulan datanya. Jenis data akan sangat menentukan teknik analisis data (pengolahan data) yang akan digunakan.

3.2.2 Sumber Data

Bagi peneliti sumber data yang didapatkan harus jelas data tersebut didapatkan langsung dari sumber atau melalui dokumentasi yang ada pada penelitian sebelumnya.

Berdasarkan pendapat Syawaluddin (2017:88) terdapat 2 sumber data yaitu sumber data primer dan sekunder:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung melalui pengamatan dan wawancara dengan informan.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data tambahan berupa informasi yang akan melengkapi data primer. Data tambahan yang dimaksud meliputi dokumen atau arsip didapatkan dari berbagai sumber, foto pendukung yang sudah ada, maupun foto yang dihasilkan sendiri.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Seseorang dalam meneliti suatu masalah harus memiliki populasi terlebih dahulu untuk dapat menentukan data yang digunakan dalam pengamatan penelitian baik secara langsung maupun tidak langsung.

Menurut Qamar dan Rezah (2020:146), populasi adalah sekumpulan dari seluruh objek atau subjek yang menjadi sasaran dari pengamatan penelitian. Populasi penelitian yang akan digunakan dalam penelitian adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian pada organisasi selama penelitian sebanyak 457.345 konsumen dimana dalam sehari terdapat 1.253 konsumen yang datang melakukan pembelian

3.3.2 Sampel

Seorang peneliti akan memilih beberapa sampel dari populasi yang ada dalam suatu penelitian sampel yang digunakan oleh peneliti memiliki karakteristik yang dapat mewakili semua populasi yang digunakan dalam suatu penelitian.

Menurut Qamar dan Rezah (2020:146), sampel merupakan bagian dari unit-unit populasi yang dipilih berdasarkan pertimbangan ilmiah sebagai sampling. Sampel harus representative, maksudnya adalah sampel yang dimiliki harus dapat mewakili dari semua karakteristik dari populasi. Dikarenakan jumlah populasi yang digunakan adalah sebanyak 457.345 konsumen maka jumlah populasi akan diperkecil dengan teknik sampel Slovin dengan tingkat kepercayaan 90% dan tingkat error 10% dimana rumus Slovin yang digunakan adalah :

$$n = \frac{N}{1 + N(e^2)}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Toleransi Kesalahan (10%)

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{457.345}{1+457.345 (10\%2)} \\
 &= \frac{457.345}{1+457.345 (0,01)} \\
 &= \frac{457.345}{1+4573,45} \\
 &= \frac{457.345}{4574,45} \\
 &= 99.97 = 100
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka dapat diketahui bahwa jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 konsumen. Untuk teknik pengambilan sampel adalah dengan menggunakan simple random sampling dimana konsumen yang ditemui terlebih dahulu secara kebetulan akan dijadikan sebagai sampel.

3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Seorang peneliti harus memiliki suatu variabel yang digunakan dalam suatu penelitian yang digunakan untuk mengukur suatu pengaruh yang dihasilkan oleh variabel yang akan di teliti.

Berdasarkan pendapat Mukhtazar (2020:54), definisi operasional variabel adalah aspek penelitian yang memberikan informasi tentang bagaimana caranya mengukur variabel. Definisi operasional adalah definisi yang rumusnya menggunakan kata-kata yang operasional, sehingga variabel bisa diukur.

Berdasarkan pendapat Supriadi (2020:127), definisi operasional variabel merupakan definisi yang menjelaskan bagaimana variabel diukur atau dihitung. Skala pengukuran variabel adalah bagian penting untuk diperhatikan. Berikut ini adalah beberapa definisi operasional variabel penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
Keberhasilan usaha (Y)	Keberhasilan Usaha adalah suatu kenyataan penyediaan rencana dengan proses pelaksanaannya dan hasil yang di capai.	Indikator Keberhasilan Usaha adalah sebagai berikut: <ol style="list-style-type: none"> 1. Produktivitas 2. Kemampuan menyesuaikan diri 3. Kepuasan kerja 4. Kemampuan mendapatkan laba dan percairan sumber daya Siti Musarrofah(2022:44)	Skala likert
Persediaan barang (X ₂)	Sediaan adalah sejumlah barang yang harus disediakan oleh perusahaan pada suatu tempat tertentu.	indikator Persediaan Barang adalah sebagai berikut : <ol style="list-style-type: none"> 1. Jumlah Penjualan 2. Waktu dan segi teknis proses produksi 3. Daya tahan dan faktor mudahnya rusak barang 4. Kemudahan pengadaan kembali sediaan 5. Konsekuensi kehabisan sediaan suatu barang 6. Faktor harga beli. Kasmir (2016:270)	Skala likert

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
E-commerce (X ₁)	E-Commerce adalah teknologi internet yang berfokus pada kegiatan transaksi barang atau jasa secara jarak jauh tanpa harus bertemu secara langsung	Indikator E-Commerce adalah sebagai berikut : <ol style="list-style-type: none"> 1. Efisiensi Biaya Pengeluaran 2. Reputasi 3. Kemudahan dalam berbisnis online 4. Hubungan dengan pemerintah Prasetio dkk.(2021: 77)	Skala likert

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Bagi peneliti pengumpulan data sangat penting dalam menjalankan penelitian peneliti dalam suatu penelitian dapat mencakup studi pustaka dan juga penggunaan kuesioner dalam penelitian untuk mengumpulkan data yang akan digunakan pada saat penelitian.

Berdasarkan pendapat Hermawan (2019:17), studi pustaka adalah bagian dari sebuah karya tulis ilmiah yang membuat pembahasan-pembahasan penelitian terdahulu dan referensi ilmiah yang terkait dengan penelitian yang dijelaskan oleh penulis dalam karya tulis tersebut. Studi pustaka menempati posisi yang tidak kalah penting dari hasil penelitian karena studi pustaka memberikan gambaran awal yang kuat, mengapa sebuah penelitian harus dilakukan dan apa saja penelitian lain yang telah dilakukan.

Berdasarkan pendapat Magdalena (2021:225), kuesioner adalah kumpulan pertanyaan tertulis untuk dijawab sekelompok responden penelitian.

Berdasarkan pendapat Yulawati, dkk (2019:16), skala Likert adalah suatu skala psikometrik yang umum digunakan dalam angket dan merupakan skala yang paling banyak digunakan dalam riset berupa survei. Skala Likert meletakkan respon dalam suatu kontinum. Berikut ini contoh skala Likert dengan 5 pilihan:

1. Sangat Tidak Setuju
2. Tidak Setuju
3. Biasa
4. Setuju
5. Sangat Setuju

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Uji Validitas

Seorang peneliti harus melakukan uji validitas karena dengan uji validitas maka peneliti dapat mengetahui data yang di dapatkan tersebut valid atau tidak dalam melakukan suatu penelitian.

Menurut Herlina (2019:57), pengujian validitas menunjukkan tingkat kesahihan dari hasil pengukuran sebuah kuesioner. Untuk menentukan apakah suatu kuesioner item layak digunakan atau tidak adalah dengan melakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05 (5%) yang artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total item.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Seorang peneliti juga harus melakukan uji reliabilitas untuk mengukur sejauh mana hasil pengukuran dengan objek yang sama agar tidak berubah atau tetap dalam menentukan hasil pengukuran.

Berdasarkan pendapat Herlina (2019:70) Uji Reliabilitas digunakan berkenaan dengan tingkat keajegan atau ketetapan hasil pengukuran. Hal ini sangat penting sekali supaya kuesioner yang kita gunakan sebagai alat pengumpul data benar-benar dapat di percaya. Kuesioner dikatakan reliabel jika dapat memberikan hasil relative sama (*ajeg*) pada saat dilakukan pengukuran kembali pada obyek yang berlainan pada waktu yang berbeda atau memberikan hasil yang tetap.

Secara singkat uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat kekonsistenan metode *Cronbachis Alpha and Split Half Spearman Brown*. Secara umum, pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas dapat menggunakan kategori berikut :

- Cronbach's alpha $< 0,6$ = reliabilitas buruk
- Cronbach's alpha $0,6 - 0,79$ = reliabilitas diterima
- Cronbach's alpha $> 0,8$ = reliabilitas baik

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Bagi seorang peneliti uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui apakah data yang di dapatkan oleh peneliti bias atau tidaknya dalam melakukan pengujian yang dapat di percaya oleh peneliti.

Berdasarkan pendapat Purnomo (2017:107), uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui ada tidaknya normalitas residual, multikolinieritas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas pada model regresi. Model regresi linear dapat disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi beberapa asumsi klasik yaitu data residual terdistribusi normal, tidak adanya multikolinieritas, dan heteroskedastisitas. Harus terpenuhinya asumsi klasik karena agar diperoleh model regresi dengan estimasi yang tidak bias dan pengujian dapat dipercaya.

3.6.3.1 Uji Normalitas

Seorang peneliti harus melakukan normalitas pada data yang di gunakan dalam suatu penelitian untuk mengetahui apakah data tersebut normal atau tidak dalam suatu penelitian yang dilakukan peneliti.

Menurut Gunawan (2020:109), Uji normalitas residual pada model regresi digunakan untuk mengetahui apakah nilai residual yang dihasilkan berdistribusi normal atau tidak. Terdapat 2 metode untuk melakukan uji ini diantaranya sebagai berikut:

1. Metode grafik

Uji normalitas dengan menggunakan metode ini dilakukan dengan cara melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik normal probability plot of regression standardized residual. Dari grafik diketahui bahwa titik-titik menyebar disekitar garis dan mengikuti garis diagonal sehingga dapat dikatakan data tersebut berdistribusi normal

2. Metode uji one sample Kolmogorov smirnov

Seperti halnya metode grafik, metode ini digunakan untuk mengetahui apakah data residual berdistribusi normal atau tidak. Residual berdistribusi normal jika signifikansi lebih dari 0,1.

Priyatno (2018:130), uji normalitas dengan statistik dapat menggunakan metode One Kolmogorov Smirnov, kriteria pengujiannya:

1. Jika nilai signifikansi $> 0,1$, maka data berdistribusi normal.
2. Jika nilai signifikansi $< 0,1$, maka data tidak berdistribusi normal.

3.6.3.2 Uji Multikolinieritas

Seorang peneliti harus melakukan uji multikolinieritas yang bertujuan yang bertujuan untuk menguji apakah terdapat korelasi pada setiap variabel yang digunakan dalam penelitian.

Menurut Supriadi (2020:222), uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel independen. Jika antar variabel independen terjadi multikolinieritas sempurna, maka koefisien regresi variabel independen tidak dapat ditentukan dan nilai standar error menjadi tidak terhingga. Jika multikolinieritas antar variabel tidak sempurna tapi tinggi, maka koefisien regresi variabel independen dapat ditentukan, tapi memiliki nilai standar error tinggi yang berarti nilai koefisien regresi tidak dapat diestimasi dengan tepat. Nilai *cutoff* yang umumnya dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah *tolerance* $< 0,1$ atau sama dengan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) > 10 .

3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Seorang peneliti harus melakukan uji heteroskedastisitas yang memiliki tujuan apakah model yang di uji terjadi ketidaksamaan varian dari suatu pengamatan ke pengamatan lain.

Menurut Riyanto dan Hatmawan (2020:139), uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Salah satu pengamatan dilakukan Scatterplot dimana melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Pada metode Scatterplot, kriteria dalam penilaian adalah jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengidentifikasi telah terjadi heteroskedastisitas), Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.6.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Seorang peneliti harus melakukan analisis regresi linier berganda karena peneliti melibatkan lebih dari satu variabel independen yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap dependen.

Menurut Riyanto dan Hatmawan (2020:140), berdasarkan jumlah variabel bebasnya, maka regresi dibedakan menjadi 2 yaitu regresi linear sederhana dan regresi linear berganda. Untuk regresi linear sederhana hanya terdiri dari satu variabel bebas dan satu variabel terikat, sedangkan untuk regresi linier berganda

terdiri dari 2 atau lebih variabel bebas dan satu variabel terikat. Untuk persamaan regresi linier pada umumnya dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian (*dependent variabel*)

X1 = Penjualan Personal (*independent variabel*)

X2 = Promosi Pembelian (*independent variabel*)

a = Konstanta

b₁, b₂ = Koefisien regresi

e = Persentase kesalahan (5%)

3.6.5 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Seorang peneliti harus melakukan pengujian hipotesis secara parsial yang bertujuan untuk mengetahui berpengaruh nyata atau tidak terhadap variabel dependen.

Menurut Mulyono (2018:113), uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara parsial berpengaruh nyata atau tidak terhadap variabel dependen. Derajat signifikansi yang digunakan adalah 0,05. Apabila nilai signifikan lebih kecil dari derajat kepercayaan maka kita menerima hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen.

3.6.6 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Seorang peneliti selain melakukan uji t peneliti juga melakukan uji F atau pengujian hipotesis secara simultan yang memiliki tujuan apakah variabel independen berpengaruh atau tidak terhadap variabel dependen suatu penelitian.

Menurut Mulyono (2018:113), uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Derajat kepercayaan yang digunakan adalah 0,1. Apabila nilai F hasil perhitungan lebih besar daripada nilai F menurut tabel maka hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Dalam penelitian ini nilai F_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} , pada tingkat signifikan (α) = 10%. Kriteria penilaian hipotesis pada uji F ini adalah :

H_0 Diterima apabila : $F_{hitung} < F_{tabel}$

H_a Diterima apabila : $F_{hitung} > F_{tabel}$

3.6.7 Koefisien Determinasi (R^2)

Seorang peneliti dalam melaksanakan penelitian harus melakukan uji koefisien determinasi yang memiliki tujuan mengetahui besarnya pengaruh di setiap variabel yang digunakan dalam suatu penelitian.

Menurut Herlina (2019:140), analisis determinasi atau disebut juga R Square yang disimbolkan dengan R^2 digunakan untuk mengetahui besaran

pengaruh variabel independen (X) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y) dimana semakin kecil nilai koefisien determinasi, hal ini berarti pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) semakin lemah. Sebaliknya, jika nilai koefisien determinasi semakin mendekati angka 1, maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen semakin kuat.

Dengan demikian, jika nilai koefisien determinasi bernilai 0, maka hal ini menunjukkan tidak ada persentase sumbangan pengaruh yang diberikan oleh variabel independen terhadap variabel dependen. Namun jika koefisien determinasi bernilai 1 maka terdapat sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen adalah sempurna.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Penelitian

4.1.1 Sejarah Singkat Mie Jaring Nelayan

Mie jaring nelayan merupakan salah satu outlet yang di miliki sari laut nelayan yang berlokasi pada Sun Plaza, Jl. KH. Zainul Arifin Lt. III Medan. semua outletnya memiliki ciri khas pada desain interiornya yaitu perpaduan antara warna biru dan merah dengan unsur kayu pada furniture yang terdapat di hampir semua outlet mereka. Biru identik dengan laut yang menjadi tema dari beberapa menu sekaligus melambangkan Faktor Pribadi mereka yang selalu dijaga dari waktu ke waktu yang membuat Nelayan tetap eksis, merah adalah warna yang dipercaya dapat meningkatkan keinginan seseorang untuk merangsang selera makan pelanggan dan dipercaya sebagai warna yang membawa keberuntungan. Ciri khas suasana seluruh outletnya hampir sama dengan pencahayaan yang terang sehingga membuat konsumen lebih betah. Namun untuk beberapa outletnya memiliki suasana yang berbeda mengikuti namanya seperti Nelayan Mie Jaring yang memberikan ornament dedaunan pada dindingnya dan jaring-jaring pada bagian atap outletnya. Pada Nelayan Lius Garden terdapat akuarium yang ada di depan pintu masuk. Pada Nelayan Shanghai Café maupun Nelayan Shanghai Kitchen terdapat lampian dan bambu sebagai ornamen desain interiornya. Hal yang menarik yang dilakukan pihak manajemen adalah mereka tidak pernah melakukan peresmian setiap membuka outlet baru. Hal tersebut menjadi ciri khas mereka dan hampir seluruh outlet mereka tetap ramai

dikunjungi oleh pelanggan. Sertifikasi halal dari lembaga-lembaga terkait menjadikan Restoran Sari Laut Nelayan dapat dijangkau oleh seluruh konsumen walaupun mengusung menu Chinese Food. Oleh karena itu, Sari Laut Nelayan adalah salah satu restoran yang memperhatikan dengan teliti dan menganalisis setiap kebutuhan konsumen dengan menerapkan suasana yang nyaman dan tenang bagi seluruh konsumen yang akan menikmati menu hidangan di setiap outletnya.

4.1.2 Visi dan Misi Mie Jaring Nelayan

4.1.2.1 Visi Mie Jaring Nelayan

Visi Mie Jaring Nelayan adalah menciptakan restoran Chinese Food dan Dimsum House dengan kualitas terbaik di Kota Medan.

4.1.2.2 Misi Mie Jaring Nelayan

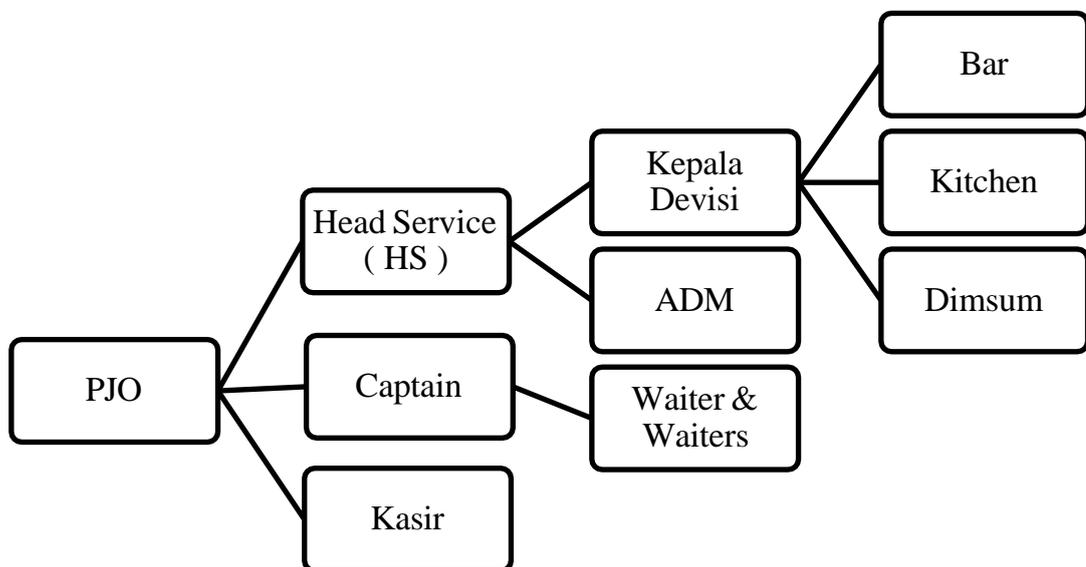
Misi perusahaan adalah sebagai berikut :

1. Mengembangkan menu sehingga konsumen tidak merasa bosan akan menu-menu di Mie Jaring Nelayan.
2. Memberikan pelayanan terbaik bagi konsumen melalui pelayanan terbaik dan sikap ramah dan sopan dari para karyawan.
3. Mengupayakan bahan baku berkualitas tinggi dan cita rasa makanan yang selalu terjaga.
4. Meningkatkan keterampilan dan disiplin waktu para karyawan dalam menjalankan aktivitasnya.

5. Menjalankan kerja sama yang baik dalam memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen.
6. Mengoptimalkan penggunaan sarana restoran yang rapi, bersih dan memberikan kesan aman bagi konsumen.

4.1.3 Struktur Organisasi Mie Jaring Nelayan

Struktur organisasi Sari Laut Nelayan Medan sebagai berikut :



Sumber : Mie Jaring Nelayan Sun Plaza

Gambar 4.1
Struktur Organisasi Mie Jaring Sun Plaza

Berikut tugas dan tanggung jawab struktur organisasi perusahaan :

1. PJO (Penanggung Jawab Outlet)

Bertugas dan bertanggung jawab atas :

- a. Mengelola dan mengawasi kinerja setiap karyawan di setiap bagian di restoran Sari Laut Nelayan.
- b. Bertanggung jawab terhadap kegiatan operasional sehari-hari perusahaan dan turun tangan jika ada keluhan serius dari konsumen.
- c. Menyelenggarakan pelatihan baik melalui praktek maupun teori kepada bawahannya.

2. Captain

Bertugas dan bertanggung jawab atas :

- a. Mengecek absensi para waiter dan waitress.
- b. Menyambut tamu serta memberikan pilihan untuk tempat duduk yang diinginkan konsumen.
- c. Memberikan petunjuk pada junior waiter dan waitress.
- d. Melakukan pencatatan jumlah konsumen yang mengunjungi restoran sesuai area masing-masing.
- e. Mendengarkan dan memberikan tindakan jika ada keluhan dari konsumen, jika cukup serius akan dialihkan kepada outlet manager.

3. Kasir

Bertugas dan bertanggung jawab untuk :

- a. Menerima uang tunai masuk dan menyerahkan bon kepada konsumen.
- b. Menyajikan laporan keuangan kepada outlet manager.

4. Head Service (HS)

Bertugas dan bertanggung jawab untuk :

- a. Memeriksa daily report yang dilaporkan oleh bawahan.
- b. Memastikan pelayanan kepada pelanggan sudah sesuai standar.
- c. Memonitor penggunaan stok bahan yang ada.
- d. Mengatur pembagian kerja setiap bawahan dan memastikan jika semuanya terbagi dengan adil.
- e. Memastikan kebersihan, kesehatan, serta kedisiplinan setiap bagian yang berada di bawah kendalinya secara langsung.

5. Waitres dan Waitress

Bertugas dan bertanggung jawab untuk :

- a. Memberikan menu pada konsumen serta mempersiapkan meja dari pemberian kertas untuk alas makanan, sumpit, saus dan tisu.
- b. Mengedarkan menu-menu dimsum keseluruh meja konsumen serta memanaskan dimsum jika diperlukan.
- c. Menuangkan minuman seperti minuman refill ke gelas konsumen.

6. ADM (Administrasi)

Bertugas dan bertanggung jawab untuk :

- a. Merapikan data yang ada pada setiap outlet.
- b. Membuat penyimpanan arsip dari setiap data yang di terima oleh pihak outlet.
- c. Menjaga keadaan stock barang pada outlet tersebut agar tidak terjadi kehabisan stock.
- d. Mencatat semua arsip inventaris pada setiap outlet.

7. Kepala Devisi

Bertugas dan bertanggung jawab untuk :

- a. Mengelola fungsi divisi bidang layanannya.
- b. Memesan bahan atau peralatan yang dibutuhkan bidang layanannya.
- c. Mengecek persediaan.
- d. Mengawasi, melatih, merawat, dan mengevaluasi bawahannya.

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Karakteristik Responden

Hasil pengumpulan data dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada 100 konsumen yang telah membeli produk dimsum pada Mie Jaring Nelayan dan diperoleh karakteristik responden berdasarkan pekerjaan, pendapatan perbulan dan lama menjadi pelanggan. Berikut ini karakteristik responden akan dijelaskan pada tabel dibawah ini diantaranya :

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase (%)
Mahasiswa	33	33%
Karyawan Swasta	44	44%
Pengusaha	13	13%
Lainnya	10	10%
Total	100	100%

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan pada tabel 4.1, dapat di ketahui bahwa untuk dominan responden Mie Jaring Nelayan Sun Plaza adalah Karyawan Swasta adalah 44 orang atau 44% dari jumlah responden sedangkan responden mahasiswa sebanyak 33 orang atau 33%, pengusaha sebanyak 13 orang atau 13% dan yang menjawab lainnya sebanyak 10 orang atau 10%. Dengan demikian dapat diketahui bahwa

dominan responden adalah karyawan swasta yang lebih sering membawa keluarga atau teman untuk makan bersama dalam menikmati hidangan di Mie Jaring Nelayan Sun Plaza.

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Pendapatan Per Bulan

Pendapat Per Bulan	Jumlah Responden	Persentase (%)
Di bawah 5 juta	55	55%
5 juta sampai 10 juta	32	32%
Di atas 10 juta	13	13%
Total	100	100%

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan pada tabel 4.2, dapat diketahui bahwa untuk dominan responden pada Mie Jaring Nelayan Sun Plaza adalah pendapatan di bawah 5 juta sebanyak 55 orang atau 55% dari jumlah responden, konsumen dengan pendapatan 5 juta sampai 10 juta sebanyak 32 orang atau 32% dari jumlah responden dan konsumen dengan pendapatan di atas 10 juta adalah 13 orang atau 13% dari jumlah responden. Dengan demikian dominan yang makan di Mie Jaring Nelayan Sun Plaza adalah konsumen dengan pendapatan di bawah 5 juta lebih sering membawa teman dan keluarga mereka untuk makan di Mie Jaring Nelayan Sun Plaza. Adapun biasanya karyawan di sekitar Mall Sun Plaza sehabis pulang kerja mampir untuk makan malam bersama teman dan keluarga mereka dengan pendapatan di bawah 5 juta rupiah.

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Pelanggan

Lama Menjadi Pelanggan	Jumlah Responden	Persentase(%)
Di bawah 1 tahun	22	22%
1 sampai 5 tahun	61	61%
Di atas 5 tahun	17	17%
Total	100	100%

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan pada tabel 4.3, dapat di ketahui bahwa untuk dominan responden dari konsumen Mie Jaring Nelayan Sun Plaza adalah konsumen dengan lama menjadi pelanggan 1 sampai 5 tahun sebanyak 61 orang atau 61%, konsumen yang menjawab di bawah 1 tahun sebanyak 22 responden atau 22 % dan konsumen yang menjadi di atas 5 tahun sebanyak 17 orang atau 17 persen dari jumlah kuesioner. Dengan demikian konsumen yang menjadi pelanggan 1 sampai 5 tahun yang paling sering membawa teman dan keluarga mereka untuk makan di Mie Jaring Nelayan Sun Plaza.

4.2.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

4.2.2.1 Uji Validitas

Menurut Herlina (2019:57), pengujian validitas menunjukkan tingkat kesahihan dari hasil pengukuran sebuah kuesioner. Untuk menentukan apakah suatu kuesioner item layak digunakan atau tidak adalah dengan melakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05 (5%) yang artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total item. Sedangkan menurut Priyatno (2018:21), pengujian signifikansi dilakukan dengan kriteria menggunakan rtabel pada tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi.

1. Jika nilai positif dan $r_{hitung} > r_{tabel}$, item dapat dinyatakan valid.
2. Jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$, item dinyatakan tidak valid.

Untuk Nilai r_{tabel} dapat dilihat pada tabel r dengan $df = n-2$ pada tingkat signifikansi 5% dimana (n) adalah jumlah sampel sebanyak 30 maka akan didapatkan nilai batas minimal korelasi adalah sebesar 0,361. Berikut ini hasil uji validitas untuk variabel penelitian dapat dilihat pada tabel dibawah :

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Variabel E-Commerce (X₁)

No	Pernyataan	Nilai Corrected Item-Total Correlation	Nilai Batas Minimal Korelasi	Keterangan
1	Ongkos kirim menjadi lebih murah dengan adanya Mie Jaring Nelayan Sun Plaza di aplikasi Go-food dan GrabFood	0,658	0,361	Valid
2	Makanan menjadi lebih murah dengan adanya promo dan diskon dari aplikasi Go-food dan GrabFood	0.502	0,361	Valid
3	Mie Jaring Nelayan Sun Plaza semakin di kenal oleh masyarakat	0.652	0,361	Valid
4	Mie Jaring Nelayan Sun Plaza memiliki reputasi yang baik di masyarakat	0,594	0,361	Valid
5	Usaha dari Mie Jaring Nelayan Sun Plaza semakin maju dan di kenal masyarakat	0,713	0,361	Valid
6	Pelanggan akan mudah ketika hendak membeli dimsum di Mie Jaring Nelayan Sun Plaza	0,546	0,361	Valid
7	Mie Jaring Nelayan Sun Plaza memiliki sertifikasi Halal	0,847	0,361	Valid
8	Mie Jaring Nelayan Sun Plaza selalu memberlakukan pajak kepada konsumen	0,807	0,361	Valid

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Dari tabel 4.4 diatas menunjukkan bahwa berdasarkan hasil uji validitas untuk variabel E-Commerce menunjukkan semua nilai Corrected Item-Total Correlation lebih

besar dari nilai batas minimal korelasi 0,361 sehingga diperoleh hasil bahwa semua pernyataan dalam kuesioner adalah valid.

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Variabel Persediaan Barang (X₂)

No	Pernyataan	Nilai Corrected Item-Total Correlation	Nilai Batas Minimal Korelasi	Keterangan
1	Rata-rata yang di jual Mie Jaring Nelayan Sun Plaza adalah dimsum steam dan gorengan	0,784	0,361	Valid
2	Dimsum yang disediakan Mie Jaring Nelayan Sun Plaza juga ada yang hanya tersedia di hari-hari besar	0,862	0,361	Valid
3	Waktu dalam menyajikan dimsum kepada konsumen sangat cepat	0,739	0,361	Valid
4	Produk yang dibuat langsung di Mie Jaring Nelayan Sun Plaza mudah untuk di temukan	0,748	0,361	Valid
5	Dimsum yang disediakan bisa bertahan beberapa hari ketika masih dalam bentuk frozen atau beku	0,457	0,361	Valid
6	Dimsum yang akan mudah rusak apabila dimsum tersebut tidak segera di panaskan	0,419	0,361	Valid
7	Dimsum goreng yang disediakan oleh Mie Jaring Nelayan Sun Plaza selalu ada bagi konsumen yang inginkan	0,495	0,361	Valid
8	Dimsum steam yang disediakan oleh Mie Jaring Nelayan Sun Plaza selalu tersedia dalam kondisi panas	0,491	0,361	Valid
9	Dimsum yang disediakan oleh Mie Jaring Nelayan Sun Plaza khusus steam sering kehabisan barang	0,665	0,361	Valid
10	Dimsum special weekend selalu habis sebelum jam makan malam	0,631	0,361	Valid
11	Harga dari dimsum di Mie Jaring Nelayan Sun Plaza <i>relative</i> mahal	0,784	0,361	Valid
12	Harga yang ada berada di kertas menu belum termasuk pajak	0,862	0,361	Valid

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Dari Tabel 4.5 diatas menunjukkan bahwa berdasarkan hasil uji validitas Puntuk variabel Persediaan Barang menunjukkan semua nilai Corrected Item-Total Correlation lebih besar dari nilai batas minimal korelasi 0,361 sehingga diperoleh hasil bahwa semua pernyataan dalam kuesioner adalah valid.

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Variabel Keberhasilan Usaha (Y)

No	Pernyataan	Nilai Corrected Item-Total Correlation	Nilai Batas Minimal Korelasi	Keterangan
1	Mie Jaring Nelayan Sun Plaza memiliki konsumen tetap yang selalu berkunjung	0,655	0,361	Valid
2	Mie Jaring Nelayan Sun Plaza dapat menciptakan citra rasa sesuai dengan yang di inginkan oleh masyarakat	0,631	0,361	Valid
3	Variasi menu dimsum di Mie Jaring Nelayan Sun Plaza meningkat dari tahun ke tahun	0,607	0,361	Valid
4	Dimsum di Mie Jaring Nelayan Sun Plaza selalu tersedia ketika hendak membeli	0,726	0,361	Valid
5	Karyawan dari Mie Jaring Nelayan Sun Plaza sangat cepat dalam melayani pelanggan yang berkunjung	0,728	0,361	Valid
6	Karyawan dari Mie Jaring Nelayan Sun Plaza sangat ramah kepada konsumen yang berkunjung di Mie Jaring Nelayan Sun Plaza	0,775	0,361	Valid
7	Karyawan dari Mie Jaring Nelayan Sun Plaza sangat kompeten dan loyal	0,698	0,361	Valid
8	Mie Jaring Nelayan Sun Plaza selalu ramai di kunjungi konsumen karena ciri khas citra rasa dimsum yang ada di Mie Jaring Nelayan Sun Plaza	0,768	0,361	Valid

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Dari Tabel 4.6 diatas menunjukkan bahwa berdasarkan hasil uji validitas untuk variabel Keberhasilan Usaha menunjukkan semua nilai Corrected ItemTotal Correlation lebih besar dari nilai batas minimal korelasi 0,361 sehingga diperoleh hasil bahwa semua pernyataan dalam kuesioner adalah valid.

4.2.2.2 Uji Reliabilitas

Berdasarkan pendapat Herlina (2019:70) Uji Reliabilitas digunakan berkenaan dengan tingkat keajegan atau ketetapan hasil pengukuran. Hal ini sangat penting sekali supaya kuesioner yang kita gunakan sebagai alat pengumpul data benar-benar dapat di percaya. Kuesioner dikatakan reliabel jika dapat memberikan hasil relative sama (*ajeg*) pada saat dilakukan pengukuran kembali pada obyek yang berlainan pada waktu yang berbeda atau memberikan hasil yang tetap.

Secara singkat uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat kekonsistenan metode *Cronbach's Alpha and Split Half Spearman Brown*. Secara umum, pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas dapat menggunakan kategori berikut :

- Cronbach's alpha $< 0,6$ = reliabilitas buruk
- Cronbach's alpha $0,6 - 0,79$ = reliabilitas diterima
- Cronbach's alpha $> 0,8$ = reliabilitas baik

Hasil untuk pengujian reliabilitas pada variabel E-Commerce dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.7
Uji Reliabilitas Variabel E-Commerce (X_1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.824	8

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan pada Tabel 4.7 diatas, maka dapat dinyatakan bahwa dari kedelapan butir item untuk variabel E-Commerce (X_1) tersebut lebih besar dari 0,8 sehingga reliabilitas variabel ini dapat dikategorikan diterima.

Hasil untuk pengujian reliabilitas pada variabel Persediaan Barang dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.8
Uji Reliabilitas Variabel Persediaan Barang (X_2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.873	12

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan pada Tabel 4.8 diatas, maka dapat dinyatakan bahwa keenam butir item untuk variabel Persediaan Barang (X_2) tersebut lebih besar dari 0,8 sehingga reliabilitas variabel ini dapat dikategorikan diterima.

Hasil untuk pengujian reliabilitas pada variabel Keberhasilan Usaha dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.9
Uji Reliabilitas Variabel Keberhasilan Usaha (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.832	8

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan pada Tabel 4.9 diatas, maka dapat dinyatakan bahwa kedua belas butir item untuk variabel Keputusan Memilih (Y) tersebut lebih besar dari 0,8 sehingga reliabilitas variabel ini dapat dikategorikan diterima.

4.2.3 Uji Asumsi Klasik

4.2.3.1 Uji Normalitas

Seorang peneliti harus melakukan normalitas pada data yang di gunakan dalam suatu penelitian untuk mengetahui apakah data tersebut normal atau tidak dalam suatu penelitian yang dilakukan peneliti.

Menurut Gunawan (2020:109), Uji normalitas residual pada model regresi digunakan untuk mengetahui apakah nilai residual yang dihasilkan berdistribusi normal atau tidak. Terdapat 2 metode untuk melakukan uji ini diantaranya sebagai berikut:

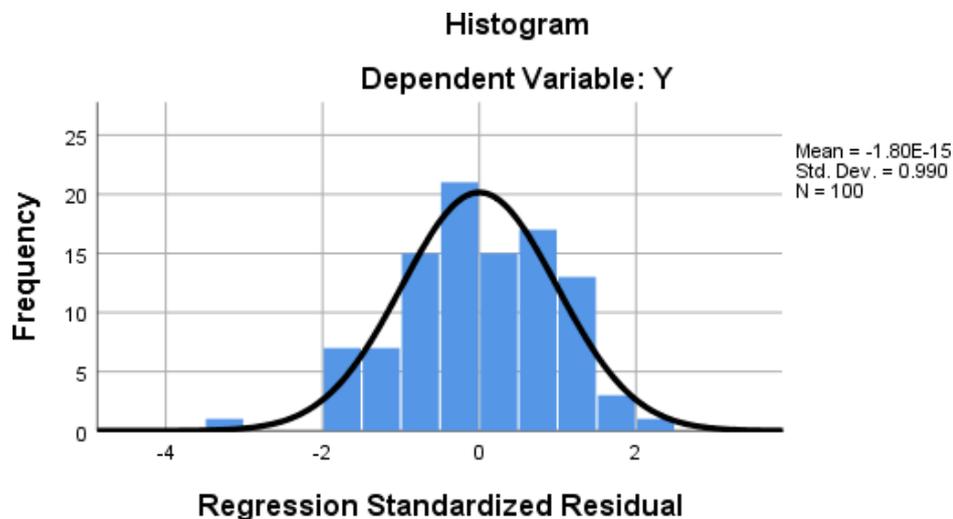
3. Metode grafik

Uji normalitas dengan menggunakan metode ini dilakukan dengan cara melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik normal probability plot of regression standardized residual. Dari grafik diketahui bahwa titik-titik menyebar disekitar garis dan mengikuti garis diagonal sehingga dapat dikatakan data tersebut berdistribusi normal.

a. Output Histogram

Output ini menjelaskan tentang grafik data dan untuk melihat distribusi data apakah normal atau tidak. Untuk pengukuran normalitas data jika bentuk grafik histogram mengikuti kurva

normal yang membentuk gunung atau lonceng, data akan berdistribusi normal. Hasil pengujian normalitas grafik histogram



dapat dilihat berikut ini :

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

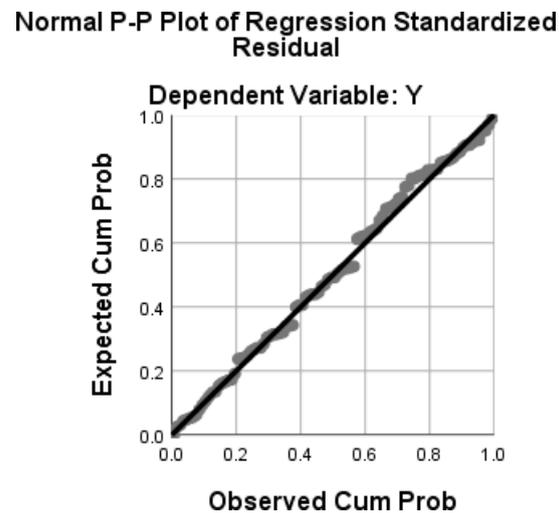
Gambar 4.2
Grafik Histogram

Berdasarkan pada Gambar 4.2 diatas dapat diketahui bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka regresi dianggap memenuhi asumsi normalitas.

b. Output Normal Probability Plot of Regression

menjelaskan grafik data dalam melihat distribusi data normal atau tidak dengan pengukuran jika bentuk grafik Normal Probabili ty Plot of Regression mengikuti garis diagonal normal maka data akan

dianggap berdistribusi normal. Hasil pengujian analisis Normal Probability Plot of Regression dapat dilihat pada berikut :



Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Gambar 4.3
Normal Probability Plot of Regression

Berdasarkan pada Gambar 4.3 diatas dapat diketahui bahwa titiktitik mendekati garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal dan memenuhi asumsi pengujian normalitas.

4. Uji Statistik

Menurut Priyatno (2018:130), uji normalitas dengan statistik dapat menggunakan metode One Kolmogorov Smirnov, kriteria pengujiannya adalah :

- a. Jika nilai signifikansi $> 0,1$, maka data berdistribusi normal.
- b. Jika nilai signifikansi $< 0,1$, maka data tidak berdistribusi normal.

Hasil pengujian statistik One Sample Kolmogorv-Smirnov dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.10
Hasil Pengujian Statistik Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.80721097
Most Extreme Differences	Absolute	.064
	Positive	.043
	Negative	-.064
Test Statistic		.064
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan pada Tabel 4.10 diatas, dapat diketahui bahwa hasil pengujian normalitas Kolmogorov-smirnov membuktikan bahwa nilai tingkat signifikan yang dihasilkan lebih besar dari 0,1 yaitu sebesar 0,200 maka dapat disimpulkan bahwa pengujian statistik normalitas tergolong berdistribusi normal.

4.2.3.2 Uji Multikolinieritas

Menurut Supriadi (2020:222), uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi atau

sempurna antar variabel independen. Jika antar variabel independen terjadi multikolinieritas sempurna, maka koefisien regresi variabel independen tidak dapat ditentukan dan nilai standar error menjadi tidak terhingga. Jika multikolinieritas antar variabel tidak sempurna tapi tinggi, maka koefisien regresi variabel independen dapat ditentukan, tapi memiliki nilai standar error tinggi yang berarti nilai koefisien regresi tidak dapat diestimasi dengan tepat. Nilai *cutoff* yang umumnya dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah *tolerance* < 0,1 atau sama dengan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) > 10.

Hasil untuk pengujian multikolinieritas dapat dilihat pada tabel sebagai berikut ini :

Tabel 4.11
Hasil Pengujian Multikolinieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	.999	1.001
	X2	.999	1.001

a. Dependent Variable: Y

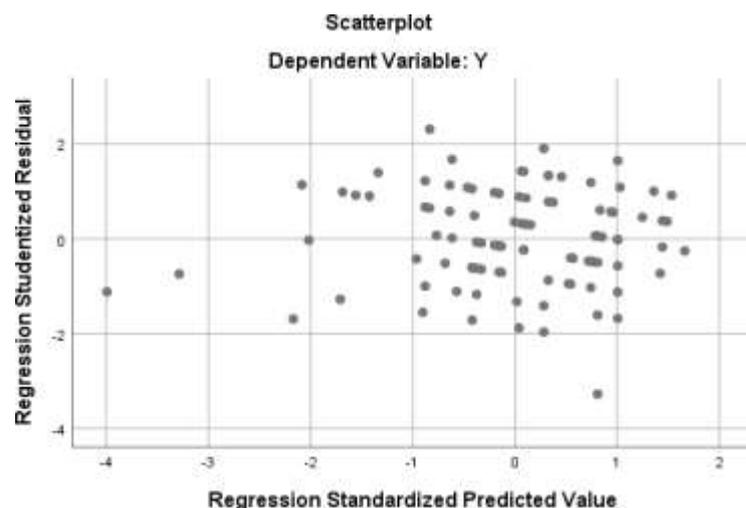
Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan pada Tabel 4.11 diatas dapat diketahui bahwa nilai korelasi untuk variabel E-Commerce dan Persediaan barang mempunyai nilai tolerance (0,999) > 0,10 dan nilai VIF (1,001) < 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Faktor Sosial dan Faktor Pribadi tidak terdapat adanya gejala multikolinieritas.

4.2.3.3 Uji Heterokedastisitas

Menurut Riyanto dan Hatmawan (2020:139), uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Salah satu pengamatan dilakukan Scatterplot dimana melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID.

Hasil pengujian menggunakan metode grafik scatterplot dapat dilihat pada gambar 4.4 dibawah ini :



Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Gambar 4.4
Grafik Scatterplot

Berdasarkan pada Gambar 4.4 diatas, dapat diketahui bahwa titik-titik grafik Scatterplot menyebar secara acak (random) serta tersebar di atas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y tanpa membentuk suatu pola tertentu. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.2.4 Teknik Analisis Data

4.2.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Riyanto dan Hatmawan (2020:140), berdasarkan jumlah variabel bebasnya, maka regresi dibedakan menjadi 2 yaitu regresi linear sederhana dan regresi linear berganda. Untuk regresi linear sederhana hanya terdiri dari satu variabel bebas dan satu variabel terikat, sedangkan untuk regresi linier berganda terdiri dari 2 atau lebih variabel bebas dan satu variabel terikat. Untuk persamaan regresi linier pada umumnya dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian (*dependent variabel*)

X1 = Penjualan Personal (*independent variabel*)

X2 = Promosi Pembelian (*independent variabel*)

a = Konstanta

b₁, b₂ = Koefisien regresi

e = Persentase kesalahan (5%)

Hasil untuk pengujian analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel sebagai berikut ini :

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		
	B	Std. Error	
1	(Constant)	20.844	3.530
	X1	.143	.065
	X2	.158	.058

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Tabel 4.12
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Pada Tabel 4.13 diatas, diketahui pada Unstandardized Coefficeints bagian B diperoleh persamaan regresi linier berganda yaitu dengan rumus berikut :

$$\text{Keberhasilan Usaha} = 20,844 + 0,143 \text{ E-Commerce} + 0,158 \text{ Persediaan Barang} + e$$

Berdasarkan persamaan diatas maka dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Konstanta (α) = 20,844 menunjukkan nilai konstanta, jika nilai variabel bebas (X_1) yaitu E-Commerce dan variabel (X_2) yaitu Persediaan Barang bernilai 0 maka Keberhasilan Usaha adalah tetap sebesar 20,844
2. Koefisien $X_1(b_1) = 0,143$ menunjukkan bahwa variabel E-Commerce (X_1) berpengaruh positif terhadap Keberhasilan Usaha sebesar 0,143. Artinya setiap peningkatan aspek E-Commerce (X_1) sebesar 1 satuan, maka Keberhasilan Usaha akan meningkat sebesar 0,143.
3. Koefisien $X_2(b_2) = 0,158$ menunjukkan bahwa variabel Persediaan Barang (X_2) berpengaruh positif terhadap Keberhasilan Usaha sebesar 0,158. Artinya setiap peningkatan aspek Persediaan Barang (X_2) sebesar 1 satuan, maka Keberhasilan Usaha akan meningkat sebesar 0,158.

4.2.4.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Menurut Mulyono (2018:113), uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara parsial berpengaruh nyata atau tidak terhadap variabel dependen. Derajat signifikansi yang digunakan adalah 0,05. Dalam penelitian ini nilai t_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} , pada tingkat signifikan (α) = 10%.

Kriteria penilaian hipotesis pada uji t ini adalah :

H_0 Diterima apabila : $t_{tabel} > t_{hitung}$

H_a Diterima apabila : $t_{hitung} > t_{tabel}$

Penentuan dalam menentukan nilai t_{tabel} , maka diperlukan adanya derajat bebas, dengan rumus sebagai berikut :

Rumus : $df = n - k = 100 - 3 = 97$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel Penelitian

k = Jumlah Variabel Bebas dan Terikat

Dengan diketahuinya df adalah 97 dan diperoleh nilai t_{tabel} tersebut yaitu sebesar 1,660. Sedangkan nilai t_{hitung} akan diperoleh dengan menggunakan bantuan program SPSS, kemudian akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} pada tingkat $\alpha = 10\%$. Hasil uji t_{hitung} dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.13
Hasil Pengujian Parsial (Uji-t)

Coefficients^a			
Model		t	Sig.
1	(Constant)	5.905	.000
	X1	2.198	.030
	X2	2.731	.007

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan pada Tabel 4.14 hasil pengujian parsial diatas, maka dapat dapat diketahui beberapa hal dibawah ini diantaranya adalah bahwa :

1. Pada variabel E-Commerce (X_1) terlihat bahwa nilai t_{hitung} (2,198) > t_{tabel} (1,660) dengan tingkat signifikan $0,030 < 0,1$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara E-Commerce terhadap Keberhasilan Usaha Penjualan Dimsum Di Mie Jaring Sun Plaza.
2. Pada variabel Persediaan Barang (X_2) terlihat bahwa nilai t_{hitung} (2,731) > t_{tabel} (1,660) dengan tingkat signifikan $0,007 < 0,1$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Persediaan Barang Terhadap Kerberhasilan Usaha Penjualan Dimsum di Mie Jaring Sun Plaza

4.2.4.3 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Menurut Mulyono (2018:113), uj. F digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel

dependen. Derajat kepercayaan yang digunakan adalah 0,1. Apabila nilai F hasil perhitungan lebih besar daripada nilai F menurut tabel maka hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Dalam penelitian ini nilai F_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} , pada tingkat signifikan (α) = 10%. Kriteria penilaian hipotesis pada uji F ini adalah :

H_0 Diterima apabila : $F_{hitung} < F_{tabel}$

H_a Diterima apabila : $F_{hitung} > F_{tabel}$

Penentuan dalam menentukan nilai F_{tabel} , maka diperlukan adanya derajat bebas dengan rumus sebagai berikut ini :

Rumus : df (pembilang) = $k - 1 = 3 - 1 = 2$

df (penyebut) = $n - k = 100 - 3 = 97$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel Penelitian

k = Jumlah Variabel Bebas dan Terikat

Dengan diketahuinya df (pembilang) adalah 2 dan df (penyebut) adalah 97, maka dapat diperoleh nilai F_{tabel} adalah 3,09 Sedangkan nilai F_{hitung} akan diperoleh dengan menggunakan program SPSS, kemudian akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} pada tingkat $\alpha = 10\%$. Hasil uji F_{hitung} dapat dilihat pada tabel :

Tabel 4.14
Hasil Pengujian Serempak (Uji-F)

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	42.225	2	21.112	6.334	.003 ^b
	Residual	323.335	97	3.333		
	Total	365.560	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan pada Tabel 4.14 diatas, dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} (6,334) > F_{tabel} (3,09) dengan signifikansi $0,03 < 0,1$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara E-Commerce dan Persediaan Barang secara simultan terhadap Keberhasilan Usaha Penjualan Dimsum Di Mie Jaring Sun Plaza.

4.2.4.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Herlina (2019:140), analisis determinasi atau disebut juga R Square yang disimbolkan dengan R^2 digunakan untuk mengetahui besaran pengaruh variabel independen (X) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y) dimana semakin kecil nilai koefisien determinasi, hal ini berarti pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) semakin lemah. Sebaliknya, jika nilai koefisien determinasi semakin mendekati angka 1, maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen semakin kuat. Hasil pengujian determinasi dapat dilihat pada tabel dibawah :

Tabel 4.15
Uji Koefisien Determinan (R^2)

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.340 ^a	.116	.097	1.826

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan pada Tabel 4.15 hasil pengujian koefisien determinan diatas, dapat diketahui Nilai R Square (R^2) atau koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,116 artinya variabel Keberhasilan Usaha tidak dapat dijelaskan oleh variable Persediaan Barang dan E-Commerce sebesar 11,6% sedangkan sisanya 88,4% di pengaruhi oleh faktor-faktor lain yang berasal dari luar model penelitian ini seperti harga, kualitas produk, diskon, dan lokasi.

4.3 Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dalam pembahasan ini peneliti akan membahas mengenai Pengaruh E-Commerce dan Persediaan Barang Terhadap Keberhasilan Usaha Penjualan Dimsum Di Mie Jaring Sun Plaza.

1. Pengaruh E-Commerce Terhadap Keberhasilan Usaha

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial dengan menggunakan uji-t, diketahui bahwa variabel E-Commerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha Penjualan Dimsum Di Mie Jaring

Sun Plaza. Pada variabel E-Commerce (X_1) terlihat bahwa nilai t_{hitung} (2,198) > t_{tabel} (1,660) dengan tingkat signifikan $0,030 < 0,1$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara E-Commerce terhadap Keberhasilan Usaha Penjualan Dimsum Di Mie Jaring Sun Plaza.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Purnama, Wahyudi, Taufiq dan Rahman (2022), dengan judul Peran Karakteristik Wirausahawan dan Kemampuan Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha Di Masa Pandemi. Dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan dan parsial variabel E-Commerce berpengaruh positif terhadap kelancaran dari bisnis yang dijalankan masyarakat UMKM di Indonesia.

2. Pengaruh Persediaan Barang Terhadap Keberhasilan Usaha

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial dengan menggunakan uji-t, diketahui bahwa variabel Persediaan Barang berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha Penjualan Dimsum Di Mie Jaring Sun Plaza. Pada variabel Persediaan Barang (X_2) terlihat bahwa nilai t_{hitung} (2,731) > t_{tabel} (1,660) dengan tingkat signifikan $0,007 < 0,1$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Persediaan Barang Terhadap Keberhasilan Usaha Penjualan Dimsum di Mie Jaring Sun Plaza

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Lyons and Jolley (2022), dengan judul *A Framework For Applying The*

Readiness Inventory For Successful Entrepreneurship (RISE) dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan dan parsial variabel Persediaan Barang berpengaruh positif terhadap keberlangsungan perusahaan atau suatu organisasi dalam menjalankan operasionalnya untuk mencapai suatu tujuan.

3. Pengaruh E-Commerce dan Persediaan Barang Terhadap Keberhasilan Usaha

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial dengan menggunakan uji-t, diketahui bahwa variabel E-Commerce dan Persediaan Barang berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Keberhasilan Usaha Penjualan Dimsum Di Mie Jaring Nelayan Sun Plaza. $F_{hitung} (6,334) > F_{tabel} (3,09)$ dengan signifikansi $0,03 < 0,1$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara E-Commerce dan Persediaan Barang secara simultan terhadap Keberhasilan Usaha Penjualan Dimsum Di Mie Jaring Sun Plaza.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Purnama, Wahyudi, Taufiq dan Rahman (2022) dengan judul Peran E-Commerce Dalam Menopang Keberhasilan UMKM Di Indonesia, dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan dan parsial variabel E-Commerce berpengaruh positif terhadap kelancaran dari bisnis yang dijalankan masyarakat UMKM di Indonesia.

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL DAN SARAN AKADEMIS

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, maka penulis membuat beberapa kesimpulan sebagai berikut ini :

1. Hasil yang diperoleh dari analisis regresi linier berganda yaitu jika nilai E-Commerce dan Persediaan Barang tidak bernilai, maka Keberhasilan Usaha adalah sebesar konstanta. Setiap peningkatan aspek E-Commerce sebesar satu satuan, maka Keberhasilan Usaha akan meningkat. Setiap peningkatan aspek Persediaan Barang sebesar satu satuan, maka Keberhasilan Usaha akan meningkat.
2. E-Commerce secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha Penjualan Dimsum di Mie Jaring Nelayan Sun Plaza.
3. Persediaan Barang secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha Penjualan Dimsum Di Mie Jaring Sun Plaza.
4. E-Commerce dan Persediaan Barang secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha Penjualan Dimsum Di Mie Jaring Sun Plaza.
5. Untuk koefisien determinasi didapatkan bahwa E-Commerce dan Persediaan Barang tidak dapat menjelaskan keterkaitannya dengan Keberhasilan Usaha Penjualan Dimsum Di Mie jaring Sun Plaza.

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan analisa yang telah penulis lakukan, maka didapatkan hasil implikasi yang dapat diberikan kepada Mie Jaring Sun Plaza sebagai berikut :

1. E-Commerce pada Mie Jaring Sun Plaza perlu diperhatikan, sehingga Mie jaring Sun Plaza harus memperhatikan :
 - a. Mie Jaring Sun Plaza di sarankan untuk lebih pelayanan meningkatkan layanan pada aplikasi E-Commerce dan memberikan packagin makanan yang sesuai dengan keinginan konsumen.
 - b. Mie Jaring Sun Plaza di sarankan perlu melakukan *rebranding* agar lebih dikenal masyarakat luas melalui aplikasi E-Commerce.
2. Mie Jaring Sun Plaza harus mempertahankan Persediaan Barang terhadap Keberhasilan Usaha :
 - a. Mie Jaring Sun Plaza disarankan untuk lebih memperhatikan persediaan dimsum yang ada di outlet tersebut yang dimana dimsum yang disajikan kepada konsumen harus dalam keadaan panas atau hangat karena konsumen lebih memilih dimsum yang hangat atau panas ketimbang dalam keadaan dingin atau sudah tidak panas lagi.
 - b. Mie Jaring Sun Plaza disarankan perlu meningkatkan atau perbaharui jenis-jenis dimsum yang ada di outlet seharusnya setiap bulan atau tahunnya terdapat beberapa jenis dimsum baru untuk di tawarkan kepada konsumen yang berkunjung.

5.3 Saran Akademis

Saran-saran yang dapat diberikan kepada akademis adalah :

1. Menambah Variabel Penelitian

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk dapat meneruskan penelitian ini dengan mencari variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi Keberhasilan Usaha pada Mie Jaring Sun Plaza selain variabel E-Commerce dan Persediaan Barang misalnya harga, kualitas produk, layanan, promosi, diskon, keragaman produk dan lokasi.

2. Menambah Jumlah Responden

Sehubungan dengan keterbatasan waktu, tenaga dan biaya, penelitian ini hanya mengambil 100 orang responden sebagai sampel. Dengan demikian, untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk meningkatkan jumlah responden sehingga lebih dapat mewakili keadaan yang sebenarnya.

3. Perluasan Cakupan Geografis

Salah satu keterbatasan dalam penelitian ini adalah responden yang kurang beragam karena pembagian angket hanya diambil dari Mie Jaring Sun Plaza saja. Selanjutnya diharapkan penelitian berikut mampu memperluas cakupan wilayahnya misalnya seluruh outlet yang ada di Medan.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. A. (2017). Model Pengambilan Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah Di Stie Eka Prasetya Medan. *Sumber*, 5(2017), 292.
- Akbar, M. A., & Situmorang, I. R. (2021). Pengaruh perceived value terhadap loyalitas dengan variabel kepuasan konsumen sebagai variabel moderasi pada umkm di sumatera utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 203-211.
- Chandra, J. (2021). Pengaruh Faktor Lokasi, Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di CV. Creative Centre. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 199-214.
- Gultom, P. (2020). Pengaruh Ekuitas Merek, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Quality Fried Chicken Jalan Ismaliyah Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 44-53.
- Gultom, P. P. (2020). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Pengawasan Manajemen terhadap Perkembangan Perusahaan PT Ekuator Swarna Sekuritas Cabang Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 46-58.
- Gultom, P., & Karnadi, J. (2019). PENGARUH E-COMMERCE DAN TRANSPORTASI ONLINE TERHADAP HARGA JUAL PRODUK CV. SURYA SAKTI ENGINEERING. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 5(1), 13-23.
- Gultom, P., Fenny, F., January, W., Leonardi, N., & Sianturi, R. A. (2023). PELATIHAN PEMASARAN BERBASIS E-COMMERCE PADA PRODUK KAIN ECOPRINT HASIL IMPLEMENTASI P5 DI PERGURUAN SMA WR SUPRATMAN 1 MEDAN. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat METHABDI*, 3(2), 191-194.
- Gultom, P., Manik, D. E. M., Nainggolan, E., Gea, S. K., & Hoki, F. (2023). WORKSHOP SENI MERANGKAI BUNGA SEBAGAI PELUANG USAHA KREATIF BAGI IBU-IBU JEMAAT GKPI KHUSUS TELADAN. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat METHABDI*, 3(1), 89-93.
- Gustina, I. (2019). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN WORD OF MOUTH TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH KULIAH DI STIE EKA PRASETYA. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 5(1), 60-67.
- Handayani, T. M., & Moktar, B. (2023). Analysis of the Effect of Segmentation and Targeting on Sales. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 9(1), 10-19.
- Lazuardi, D., Gustina, I., & Rinaldi, M. (2022). Relationship of Location, Price, and Promotion to Interest in Buying Gordyn at Soni Interior House. *Enrichment: Journal of Management*, 12(5), 3795-3800.

- Loo, P., Hastalona, D., Yakub, S., & Firmansyah, E. (2022). Analysis Of Factors Affecting The Rate Of Equity Returning Affecting Credit Distribution In Commercial Banks (Persero) In 2017-2020. *Jurnal Ekonomi*, 11(03), 11-22.
- Manik, D. E. M., & Erveni, E. (2020). Pengaruh Price Discount Dan In-Store Display Terhadap Impulse Buying Pada Labello Store Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 34-43
- Manik, D. E. M., Gultom, P., & Sebayang, Y. B. (2022). The effect of facilities and trust on customer satisfaction in the use of digital facilities at pt. bank central asia tbk kcu asia branch. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2465-2468.
- Muammar Rinaldi, C. PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP CUSTOMER SATISFICTION PADA PRODUK WALLPAPER (UD. ELEGANCE INTERIOR).
- Moktar, B. (2021). The Effect of Discounts, Brands, and Marketing Strategies on Customer Loyalty of Daihatsu Oil PT. Nusantara Autopart Persada. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 91-104.
- Moktar, B. (2023). The Influence of Advertising on Social Media, Price and Taste on Sales Volume. *Jurnal Akutansi Manajemen Ekonomi Kewirausahaan (JAMEK)*, 3(3), 88-93.
- Nainggolan, E. (2020). Analisis Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Tingkat Kemiskinan Di Provinsi Sumatera Utara (2010-2019). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 89-99.
- Nainggolan, E. (2020). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN DIRECT MARKETING YANG EFEKTIF UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PAKAIAN ANAK PADA TOKO REZEKI WIJAYA. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 12-21.
- Nainggolan, E. (2022). Influence of Inventory and Product Quality on Sales Volume at PT. Bilah Baja Makmur Abadi. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(1), 66-76.
- Nainggolan, E., Rinaldi, M., & Dalimunthe, M. B. (2022). Analysis Of The Effect Of Personal Sales And Product Quality On Consumer Purchase Decisions. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2431-2435.
- Nasution, E. S., & Rinaldi, M. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Sepeda Motor Pada PT. Alfa Scorpii Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya (Eka Prasetya Journal of Management Studies)*, 7 (1), 66-78.
- Rezeki, S., & Rinaldi, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan OVO (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Eka Prasetya). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 9-20.

- Rezeki, S., Manik, D. E. M., & Gustina, I. (2021). Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Saluran Distribusi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cv. Makmur Auto Sejahtera Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(1), 79-90.
- Rezeki, S. (2021). Figurative language and messages in poems about COVID-19. *KnE Social Sciences*, 601-611.
- Rezeki, S., Rinaldi, M., Gustina, I., & Lodian, A. (2022). The Influence Of Consumer Behavior and Prices On Consumer Decisions to Buy Products At PT. Daikin Airconditioning Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya*, 8(1), 284-295.
- Rinaldi, M., & Rahmadana, M. F. (2020). Determinant analysis of household income inequality and poverty in Indonesia. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(2), 1414-1420.
- Rinaldi, M., Irawan, D., & Nasution, A. R. (2022). Comparison Of Human Development Index Before And During The Covid-19 Pandemic. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2404-2408.
- Siatama, A., Sinaga, H. D. E., & Akbar, M. A. (2023). Pengaruh Harga, Promosi Dan Marketplace Terhadap Keputusan Pembelian Pt Calispo Multi Utama Medan. *JOURNAL OF SCIENCE AND SOCIAL RESEARCH*, 6(2), 381-387.
- Simarmata, A. M., Panggabean, F. Y., Pane, Y., & Nainggolan, E. (2021). ANALISIS PERILAKU MINAT WISATAWAN BERKUNJUNG KEMBALI KE PULAU SAMOSIR. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 190-202.
- Sinaga, H. D. E. (2021). Analisis Karakteristik Konsumen dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Handmade Hoslygoods. *JOURNAL OF SCIENCE AND SOCIAL RESEARCH*, 4(1), 80-86.
- Sinaga, H. D. E., Irawati, N., & Kurniawan, E. (2019). Financial Technology: Pinjaman Online, Ya atau Tidak. *Jurnal Tunas*, 1(1), 14-19.
- Situmorang, I. R. (2022). Effect of Service Quality and Relational Marketing on Consumer Purchasing Decisions at PT. Garuda Teladan Biscuid Binjai North Sumatra. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(2), 229-242.
- Situmorang, I. R. (2023). The Influence of Consumer Motivation, Consumer Perceptions and Attitudes Towards Product Purchase Decisions at PT. Unikitz Bersatu Group Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 9(1), 1-9.
- Sutejo, B., Lazuardi, D., Lubis, R., Rahmadani, R., & Aziz, D. A. (2022). The Role Of E-Commerce In Increasing Msme Income In The Covid-19 Pandemic (Survey On Msme In Medan City). *Journal of Economics, Finance And Management Studies*, 5(08), 2174-2181.
- Tirtayasa, S., Yusri, M., & Rinaldi, M. (2022). Business Strategies of MSMEs During COVID-19, Deli Serdang, Indonesia. *KnE Social Sciences*, 434-441.

Pane, Y., Simarmata, A. M., Rezeki, S., Rinaldi, M., & Panggabean, F. Y. (2021). Analisis Pendapatan Asli Daerah Dan Dana Perimbangan Terhadap Belanja Modal Pada Pemerintah Kabupaten/Kota Di Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 212-225.

II. Kuesioner

Petunjuk Pengisian

Berilah tanda check list (√) pada salah satu jawaban yang paling sesuai dengan pendapat saudara.

E-Commerce (X₁)

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
Efisiensi Biaya Pengeluaran						
1	Ongkos kirim menjadi lebih murah dengan adanya Mie Jaring Nelayan Sun Plaza di aplikasi Go-food dan GrabFood					
2	Makanan menjadi lebih murah dengan adanya promo dan diskon dari aplikasi Go-food dan GrabFood					
Reputasi						
3	Mie Jaring Nelayan Sun Plaza semakin di kenal oleh masyarakat					
4	Mie Jaring Nelayan Sun Plaza memiliki reputasi yang baik di masyarakat					
Kemudahan Dalam Berbisnis Online						
5	Usaha dari Mie Jaring Nelayan Sun Plaza semakin maju dan di kenal masyarakat					
6	Pelanggan akan mudah ketika hendak membeli dimsum di Mie Jaring Nelayan Sun Plaza					
Hubungan Dengan Pemerintah						
7	Mie Jaring Nelayan Sun Plaza memiliki sertifikasi Halal					
8	Mie Jaring Nelayan Sun Plaza selalu memberlakukan pajak kepada konsumen					

Persediaan Barang (X₂)

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
Jumlah Penjualan						
1	Rata-rata yang di jual Mie Jaring Nelayan Sun Plaza adalah dimsum steam dan gorengan					
2	Dimsum yang disediakan Mie Jaring Nelayan Sun Plaza juga ada yang hanya tersedia di hari-hari besar					
Waktu Dan Segi Tehnis Proses Produksi						
3	Waktu dalam menyajikan dimsum kepada konsumen sangat cepat					
4	Produk yang dibuat langsung di Mie Jaring Nelayan Sun Plaza mudah untuk di temukan					
Daya Tahan Dan Faktor Mudahnya Rusak Barang						
5	Dimsum yang disediakan bisa bertahan beberapa hari ketika masih dalam bentuk frozen atau beku					
6	Dimsum yang akan mudah rusak apabila dimsum tersebut tidak segera di panaskan					
Kemudahan Pengadaan Kembali Sediaan						
7	Dimsum goreng yang disediakan oleh Mie Jaring Nelayan Sun Plaza selalu ada bagi konsumen yang inginkan					
8	Dimsum steam yang disediakan oleh Mie Jaring Nelayan Sun Plaza selalu tersedia dalam kondisi panas					
Konsekuensi Kehabisan Sediaan Suatu Barang						
9	Dimsum yang disediakan oleh Mie Jaring Nelayan Sun Plaza khusus steam sering kehabisan barang					
10	Dimsum special weekend selalu habis sebelum jam makan malam					
Faktor Harga Beli						
11	Harga dari dimsum di Mie Jaring Nelayan Sun Plaza <i>relative</i> mahal					
12	Harga yang ada berada di kertas menu belum termasuk pajak					

Keberhasilan Usaha (Y)

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
Kemampuan menyesuaikan diri						
1	Mie Jaring Nelayan Sun Plaza memiliki konsumen tetap yang selalu berkunjung					
2	Mie Jaring Nelayan Sun Plaza dapat menciptakan citra rasa sesuai dengan yang di inginkan oleh masyarakat					
Produktivitas						
3	Variasi menu dimsum di Mie Jaring Nelayan Sun Plaza meningkat dari tahun ke tahun					
4	Dimsum di Mie Jaring Nelayan Sun Plaza selalu tersedia ketika hendak membeli					
Kepuasan kerja						
5	Karyawan dari Mie Jaring Nelayan Sun Plaza sangat cepat dalam melayani pelanggan yang berkunjung					
6	Karyawan dari Mie Jaring Nelayan Sun Plaza sangat ramah kepada konsumen yang berkunjung di Mie Jaring Nelayan Sun Plaza					
Kemampuan mendapatkan laba dan pencarian sumber daya						
7	Karyawan dari Mie Jaring Nelayan Sun Plaza sangat kompeten dan loyal					
8	Mie Jaring Nelayan Sun Plaza selalu ramai di kunjungi konsumen karena ciri khas citra rasa dimsum yang ada di Mie Jaring Nelayan Sun Plaza					

TERIMA KASIH

Lampiran 2 : Tabulasi Data Uji Validitas Dan Reliabilitas

No	E-Commerce								Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	
1	5	5	4	4	4	5	4	4	35
2	4	5	5	5	5	5	5	5	39
3	4	4	5	5	5	4	5	5	37
4	3	3	3	3	3	3	3	3	24
5	4	4	4	3	3	4	4	4	30
6	3	4	4	4	4	4	4	4	31
7	3	4	3	4	4	4	3	3	28
8	2	3	3	4	4	3	3	3	25
9	5	4	3	4	4	4	3	3	30
10	3	4	4	4	4	4	4	4	31
11	4	4	3	3	3	4	3	3	27
12	4	4	4	5	5	4	4	4	34
13	4	4	4	5	5	4	4	4	34
14	3	4	3	4	4	4	3	3	28
15	3	5	5	4	4	5	5	5	36
16	4	4	4	5	5	4	5	4	35
17	5	5	4	4	4	5	5	4	36
18	5	3	4	5	5	4	4	4	34
19	4	3	4	4	4	4	4	4	31
20	2	4	5	5	5	4	2	2	29
21	2	4	3	4	3	4	2	3	25
22	3	3	4	4	2	3	3	3	25
23	2	4	5	4	3	4	2	2	26
24	3	2	4	4	3	4	2	4	26
25	3	3	3	4	4	4	3	3	27
26	4	3	5	4	4	3	5	5	33
27	2	4	2	3	3	4	2	2	22
28	4	5	4	3	3	5	4	4	32
29	5	3	3	4	4	3	5	3	30
30	3	4	3	3	3	4	3	3	26

No	Persediaan Barang												Total
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	
1	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	53
2	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	57
3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	51
4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	44
5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	56
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
7	5	5	5	5	3	3	3	3	5	5	5	5	52
8	4	4	4	4	5	5	3	3	4	4	4	4	48
9	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	44
10	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	56
11	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	44
12	2	2	2	2	4	4	4	4	2	2	2	2	32
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
14	5	5	5	5	3	3	3	3	5	5	5	5	52
15	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	52
16	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	51
17	4	4	4	4	5	5	5	5	3	3	4	4	50
18	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	47
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
20	5	4	5	5	2	2	2	2	5	5	5	4	46
21	5	4	4	4	2	2	2	2	4	4	5	4	42
22	5	4	5	5	3	3	3	3	5	5	5	4	50
23	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	56
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
25	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	40
26	4	3	4	4	4	5	5	5	5	5	4	3	51
27	4	4	4	4	4	5	2	2	4	3	4	4	44
28	2	2	2	2	4	4	4	4	3	3	2	2	34
29	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	58
30	4	4	4	4	3	3	3	4	5	5	4	4	47

No	Keberhasilan Usaha								Total
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	
1	5	5	4	4	4	5	4	5	36
2	5	5	4	4	3	5	5	5	36
3	4	4	4	4	5	4	4	4	33
4	4	4	4	4	5	4	4	4	33
5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
6	4	4	3	4	4	3	3	4	29
7	5	5	5	4	4	4	5	4	36
8	4	4	4	4	4	3	4	4	31
9	4	4	5	5	5	5	5	5	38
10	5	5	5	5	5	5	5	5	40
11	4	4	4	2	2	4	4	4	28
12	2	2	5	4	4	4	4	4	29
13	4	4	4	3	3	4	4	4	30
14	5	5	5	4	4	5	4	5	37
15	4	4	4	4	2	4	5	4	31
16	4	4	5	4	3	4	4	4	32
17	4	4	4	4	2	3	4	4	29
18	4	4	4	4	4	3	4	4	31
19	4	4	4	4	4	4	4	4	32
20	5	4	5	5	5	5	5	5	39
21	5	4	4	4	4	4	4	4	33
22	5	4	4	5	5	5	4	5	37
23	5	5	5	5	5	5	5	5	40
24	5	5	4	4	4	4	4	4	34
25	4	3	4	4	3	4	4	4	30
26	4	3	4	4	2	3	4	4	28
27	4	4	4	4	2	3	4	4	29
28	2	2	5	4	4	5	4	5	31
29	5	5	5	4	4	4	5	4	36
30	4	4	3	3	3	4	4	4	29

Lampiran 3 : Hasil Analisis Data Validitas dan Reliabilitas E-Commerce (X₁)

		Correlations								
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	TOTALX1
X1.1	Pearson Correlation	1	,166	,132	,185	,346	,241	,683**	,516**	,658**
	Sig. (2-tailed)		,381	,487	,327	,061	,199	,000	,004	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	,166	1	,229	,012	,188	,786**	,312	,206	,502**
	Sig. (2-tailed)	,381		,223	,952	,320	,000	,094	,274	,005
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	,132	,229	1	,525**	,376*	,292	,438*	,569**	,652**
	Sig. (2-tailed)	,487	,223		,003	,040	,118	,016	,001	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	,185	,012	,525**	1	,827**	,088	,318	,326	,594**
	Sig. (2-tailed)	,327	,952	,003		,000	,644	,087	,078	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	,346	,188	,376*	,827**	1	,215	,503**	,405*	,713**
	Sig. (2-tailed)	,061	,320	,040	,000		,254	,005	,026	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.6	Pearson Correlation	,241	,786**	,292	,088	,215	1	,226	,342	,546**
	Sig. (2-tailed)	,199	,000	,118	,644	,254		,229	,064	,002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.7	Pearson Correlation	,683**	,312	,438*	,318	,503**	,226	1	,806**	,847**
	Sig. (2-tailed)	,000	,094	,016	,087	,005	,229		,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.8	Pearson Correlation	,516**	,206	,569**	,326	,405*	,342	,806**	1	,807**
	Sig. (2-tailed)	,004	,274	,001	,078	,026	,064	,000		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTALX1	Pearson Correlation	,658**	,502**	,652**	,594**	,713**	,546**	,847**	,807**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,005	,000	,001	,000	,002	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.824	8

Lampiran 4 : Hasil Analisis Data Validitas dan Reliabilitas Persediaan Barang (X₂)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.873	12

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	TOTALX2
X2.1	Pearson Correlation	1	,893**	,816**	,862**	-,102	-,030	-,018	-,003	,297	,698**	1,000**	,886**	,784**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,578	,869	,921	,989	,099	,000	,000	,000	,000
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	,893**	1	,740**	,756**	,137	,178	,153	,179	,331	,591**	,886**	1,000**	,862**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,456	,330	,403	,326	,064	,001	,000	,000	,000
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	,816**	,740**	1	,919**	-,084	-,128	-,039	-,058	-,017	,655**	,859**	,794**	,739**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,646	,485	,830	,752	,927	,000	,000	,000	,000
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	,862**	,756**	,919**	1	-,119	-,141	-,110	-,120	,025	,766**	,898**	,800**	,748**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,515	,443	,550	,512	,890	,000	,000	,000	,000
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	30	30	30	30
X2.5	Pearson Correlation	-,102	,137	-,084	-,119	1	,878**	,725**	,696**	-,110	-,234	-,084	,172	,457*
	Sig. (2-tailed)	,578	,456	,646	,515		,000	,000	,000	,549	,212	,660	,364	,011
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	30	30	30	30
X2.6	Pearson Correlation	-,030	,178	-,128	-,141	,878**	1	,730**	,726**	,278	-,228	-,105	,107	,419*
	Sig. (2-tailed)	,869	,330	,485	,443	,000		,000	,000	,124	,225	,582	,574	,021
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	30	30	30	30
X2.7	Pearson Correlation	-,018	,153	-,039	-,110	,725**	,730**	1	,969**	,169	-,071	-,062	,112	,495**
	Sig. (2-tailed)	,921	,403	,830	,550	,000	,000		,000	,354	,711	,746	,556	,005
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	30	30	30	30
X2.8	Pearson Correlation	-,003	,179	-,058	-,120	,696**	,726**	,969**	1	,286	-,030	-,074	,109	,491**
	Sig. (2-tailed)	,989	,326	,752	,512	,000	,000	,000		,112	,876	,696	,567	,006
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	30	30	30	30
X2.9	Pearson Correlation	,297	,331	-,017	,025	-,110	,278	,169	,286	1	,925**	,703**	,624**	,665**
	Sig. (2-tailed)	,099	,064	,927	,890	,549	,124	,354	,112		,000	,000	,000	,000
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	30	30	30	30
X2.10	Pearson Correlation	,698**	,591**	,655**	,766**	-,234	-,228	-,071	-,030	,925**	1	,698**	,591**	,631**
	Sig. (2-tailed)													
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	30	30	30	30

	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000	,000	,212	,225	,711	,876	,000		,000	,001	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.11	Pearson Correlation	1,000**	,886**	,859**	,898**	-,084	-,105	-,062	-,074	,703**	,698**	1	,886**	,784**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,660	,582	,746	,696	,000	,000		,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.12	Pearson Correlation	,886**	1,000**	,794**	,800**	,172	,107	,112	,109	,624**	,591**	,886**	1	,862**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,364	,574	,556	,567	,000	,001	,000		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTA	Pearson Correlation	,784**	,862**	,739**	,748**	,457*	,419*	,495**	,491**	,665**	,631**	,784**	,862**	1
LX2	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,011	,021	,005	,006	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 5 : Hasil Analisis Data Validitas dan Reliabilitas Keberhasilan Usaha (Y₂)

		Reliability Statistics								
		Cronbach's Alpha	N of Items							
		.832	8							
		Correlations								
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	TOTALY
Y1	Pearson Correlation	1	,886**	,044	,307	,248	,297	,411*	,305	,655**
	Sig. (2-tailed)		,000	,816	,099	,187	,111	,024	,101	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	,886**	1	,079	,188	,235	,270	,429*	,269	,631**
	Sig. (2-tailed)	,000		,677	,320	,211	,148	,018	,151	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	,044	,079	1	,488**	,395*	,539**	,622**	,483**	,607**
	Sig. (2-tailed)	,816	,677		,006	,031	,002	,000	,007	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	,307	,188	,488**	1	,646**	,423*	,462*	,600**	,726**
	Sig. (2-tailed)	,099	,320	,006		,000	,020	,010	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y5	Pearson Correlation	,248	,235	,395*	,646**	1	,542**	,246	,507**	,728**
	Sig. (2-tailed)	,187	,211	,031	,000		,002	,190	,004	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y6	Pearson Correlation	,297	,270	,539**	,423*	,542**	1	,538**	,853**	,775**
	Sig. (2-tailed)	,111	,148	,002	,020	,002		,002	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y7	Pearson Correlation	,411*	,429*	,622**	,462*	,246	,538**	1	,460*	,698**
	Sig. (2-tailed)	,024	,018	,000	,010	,190	,002		,010	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y8	Pearson Correlation	,305	,269	,483**	,600**	,507**	,853**	,460*	1	,768**
	Sig. (2-tailed)	,101	,151	,007	,000	,004	,000	,010		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TO	Pearson Correlation	,655**	,631**	,607**	,726**	,728**	,775**	,698**	,768**	1
TAL	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
Y	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 6 : Tabulasi Angket Responden

No	E-Commerce								Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	
1	5	5	5	4	3	3	5	5	35
2	3	5	4	5	4	3	4	4	32
3	4	5	5	4	4	3	3	5	33
4	5	5	5	5	4	4	5	5	38
5	3	5	5	5	3	4	5	5	35
6	4	3	5	5	4	4	4	4	33
7	3	5	4	4	3	4	4	5	32
8	5	5	5	5	4	3	4	4	35
9	4	5	5	4	3	4	4	5	34
10	5	4	4	5	4	3	5	3	33
11	5	4	5	4	3	4	3	5	33
12	3	5	4	5	4	3	5	4	33
13	5	4	5	3	4	4	4	5	34
14	5	5	3	4	3	3	5	3	31
15	5	3	4	5	4	4	5	5	35
16	4	4	5	4	3	4	5	4	33
17	4	5	3	5	4	4	5	5	35
18	3	4	4	5	4	4	5	5	34
19	4	4	5	5	4	4	5	4	35
20	4	5	5	3	3	3	4	5	32
21	3	5	5	5	4	4	5	3	34
22	3	3	4	4	2	3	3	3	25
23	2	4	5	4	3	4	2	2	26
24	3	2	4	4	3	4	2	4	26
25	3	3	3	4	4	4	3	3	27
26	4	3	5	4	4	3	5	5	33
27	2	4	2	3	3	4	2	2	22
28	4	5	4	3	3	5	4	4	32
29	5	3	3	4	4	3	5	3	30
30	3	4	3	3	3	4	3	3	26
31	4	3	5	4	3	3	3	3	28
32	5	4	5	5	4	4	5	5	37
33	3	4	4	5	3	3	4	4	30
34	5	4	5	4	4	4	5	5	36
35	4	4	3	5	3	3	3	5	30
36	5	5	5	4	3	3	5	5	35

37	3	5	4	5	4	3	4	4	32
38	4	5	5	4	4	3	3	5	33
39	5	5	5	5	4	4	5	5	38
40	3	5	5	5	3	4	5	5	35
41	4	3	5	5	4	4	4	4	33
42	3	5	4	4	3	4	4	5	32
43	5	5	5	5	4	3	4	4	35
44	4	5	5	4	3	4	4	5	34
45	5	4	4	5	4	3	5	3	33
46	5	4	5	4	3	4	3	5	33
47	3	5	4	5	4	3	5	4	33
48	5	4	5	3	4	4	4	5	34
49	5	5	3	4	3	3	5	3	31
50	5	3	4	5	4	4	5	5	35
51	4	4	5	4	3	4	5	4	33
52	4	5	3	5	4	4	5	5	35
53	3	4	4	5	4	4	5	5	34
54	4	4	5	5	4	4	5	4	35
55	4	5	5	3	3	3	4	5	32
56	3	5	5	5	4	4	5	3	34
57	5	4	4	4	3	3	3	5	31
58	4	5	5	5	4	4	3	4	34
59	4	5	5	3	4	5	3	3	32
60	3	4	3	3	4	4	4	5	30
61	5	4	4	5	4	5	5	4	36
62	4	5	4	5	5	4	3	3	33
63	5	5	4	5	3	4	4	5	35
64	4	4	5	3	4	4	5	4	33
65	5	3	4	5	3	3	5	3	31
66	4	4	5	4	4	3	4	5	33
67	5	4	4	5	3	5	5	4	35
68	5	5	4	5	5	5	3	5	37
69	5	5	4	3	4	4	5	3	33
70	4	5	4	3	5	3	4	4	32
71	4	3	4	5	4	5	3	5	33
72	4	3	5	5	3	5	5	3	33
73	4	5	5	4	5	4	4	5	36
74	5	4	4	3	4	5	4	4	33
75	4	5	4	5	3	4	5	3	33
76	5	3	4	4	5	5	5	5	36

77	4	5	4	3	4	5	4	3	32
78	5	4	4	3	5	4	3	3	31
79	4	5	5	3	5	5	5	4	36
80	5	5	4	3	4	4	4	4	33
81	4	4	5	5	5	5	5	4	37
82	5	5	4	4	5	4	3	5	35
83	4	4	5	5	3	5	5	3	34
84	5	5	4	3	3	5	4	4	33
85	4	4	5	4	5	5	5	5	37
86	4	5	5	5	5	5	3	3	35
87	5	4	4	3	5	4	5	5	35
88	3	5	3	5	5	4	4	4	33
89	4	4	4	4	5	5	3	3	32
90	5	4	5	3	4	4	5	3	33
91	3	4	3	4	5	5	4	4	32
92	4	4	4	3	3	4	3	5	30
93	5	4	5	5	5	4	5	5	38
94	3	4	5	4	4	5	4	4	33
95	4	4	4	3	4	4	4	3	30
96	5	4	5	5	4	5	5	5	38
97	5	4	5	4	5	4	3	4	34
98	5	4	5	3	5	5	5	3	35
99	4	4	5	5	5	5	4	5	37
100	5	4	5	3	5	5	3	5	35

No	Persediaan Barang												Total
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	
1	5	5	5	4	5	4	5	3	3	5	3	5	52
2	5	5	4	5	3	3	5	5	5	4	5	5	54
3	4	4	4	3	4	5	3	4	4	5	3	4	47
4	4	4	4	5	5	4	5	5	3	4	4	4	51
5	5	5	5	4	3	5	4	5	5	5	3	5	54
6	4	4	4	5	4	3	5	4	4	4	4	4	49
7	5	5	5	3	4	5	3	5	3	5	3	5	51
8	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	52
9	4	4	4	4	3	5	4	5	4	5	3	4	49
10	5	5	5	4	5	3	5	4	3	4	5	5	53
11	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	3	4	51
12	2	2	2	5	3	4	5	3	4	4	5	2	41
13	4	4	4	4	3	4	3	5	4	5	3	4	47
14	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	3	5	55
15	4	4	5	5	3	4	5	4	3	5	3	4	49
16	3	3	5	5	3	3	3	5	4	4	4	4	46
17	3	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	52
18	3	4	5	5	3	4	5	3	3	4	4	4	47
19	4	3	4	3	3	4	4	4	5	5	5	4	48
20	3	4	3	5	4	4	5	5	4	4	4	4	49
21	4	4	4	3	5	4	5	4	5	4	5	4	51
22	5	5	3	3	5	5	4	4	4	4	4	5	51
23	2	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	52
24	3	5	3	4	5	3	4	5	4	4	5	4	49
25	5	4	4	2	4	5	5	4	5	4	2	4	48
26	4	3	4	4	4	4	5	4	3	5	3	3	46
27	4	4	4	4	4	3	3	5	4	4	5	2	46
28	2	2	2	2	4	4	4	4	3	3	2	2	34
29	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	58
30	4	4	4	4	3	3	3	4	5	5	4	4	47
31	5	4	4	5	3	4	3	5	5	4	4	5	51
32	5	5	4	3	4	4	5	5	3	4	5	5	52
33	5	5	5	3	3	4	5	4	5	5	5	4	53
34	4	4	4	5	5	3	4	4	4	5	4	4	50
35	4	5	3	4	3	5	4	4	4	5	5	5	51
36	5	5	5	3	5	3	4	5	4	5	5	4	53
37	5	5	3	2	4	5	3	5	4	4	5	5	50
38	5	5	4	5	3	4	5	5	5	5	5	5	56

39	5	4	5	4	4	4	3	5	4	5	4	5	52
40	5	4	4	5	5	3	3	5	5	4	4	5	52
41	4	5	3	2	5	5	4	5	4	5	4	4	50
42	4	5	4	3	5	3	4	5	3	4	5	5	50
43	5	5	3	5	4	4	2	4	5	5	4	4	50
44	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	53
45	4	5	4	3	5	5	3	5	4	5	5	5	53
46	5	4	5	3	3	3	4	5	5	4	5	5	51
47	5	3	4	5	5	3	5	5	5	3	4	4	51
48	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	52
49	5	4	5	4	3	4	5	5	5	5	4	4	53
50	2	4	5	4	4	2	5	4	5	4	5	4	48
51	4	4	5	4	2	4	5	4	4	5	4	4	49
52	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	51
53	2	4	4	5	4	2	5	4	4	4	4	5	47
54	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	51
55	4	5	5	5	2	2	4	5	4	4	5	4	49
56	3	4	4	5	3	3	5	5	5	4	2	4	47
57	4	4	5	5	3	4	5	4	3	5	3	3	48
58	3	3	5	5	3	3	3	5	4	4	5	2	45
59	3	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	3	51
60	3	4	5	5	3	4	5	3	3	4	2	3	44
61	4	3	4	3	3	4	4	4	5	5	3	3	45
62	3	4	3	5	4	4	5	5	4	4	5	3	49
63	4	3	5	4	3	3	3	3	5	5	4	3	45
64	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	2	4	53
65	3	4	4	5	3	3	4	4	4	3	3	5	45
66	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	2	3	51
67	4	4	3	5	3	3	3	5	4	4	4	5	47
68	5	5	5	4	3	3	5	5	4	5	5	3	52
69	3	5	4	5	4	3	4	4	4	3	4	5	48
70	4	5	5	4	4	3	3	5	4	3	4	4	48
71	5	5	5	5	4	4	5	5	4	3	5	3	53
72	3	5	5	5	3	4	5	5	4	3	3	5	50
73	4	3	5	5	4	4	4	4	5	5	5	2	50
74	3	5	4	4	3	4	4	5	5	5	2	2	46
75	5	5	5	5	4	3	4	4	5	3	3	4	50
76	4	5	5	4	3	4	4	5	5	4	5	2	50
77	5	4	4	5	4	3	5	3	3	5	5	3	49
78	5	4	5	4	3	4	3	5	5	3	2	5	48

79	3	5	4	5	4	3	5	4	4	4	2	4	47
80	5	4	5	3	4	4	4	5	3	5	3	5	50
81	5	5	3	4	3	3	5	3	4	3	5	3	46
82	5	3	4	5	4	4	5	5	3	5	4	5	52
83	4	4	5	4	3	4	5	4	3	4	5	4	49
84	4	5	3	5	4	4	5	5	5	5	2	5	52
85	3	4	4	5	4	4	5	5	4	5	3	3	49
86	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	3	52
87	4	5	5	3	3	3	4	5	3	4	4	4	47
88	3	5	5	5	4	4	5	3	4	5	5	5	53
89	5	4	4	4	3	3	3	5	5	3	3	3	45
90	4	5	5	5	4	4	3	4	3	3	2	5	47
91	3	5	4	3	3	3	5	5	5	4	4	4	48
92	5	4	5	5	4	4	5	3	4	3	5	3	50
93	4	5	5	4	3	3	5	5	5	4	2	2	47
94	3	5	3	5	4	4	4	4	5	5	3	4	49
95	4	5	5	5	3	3	5	5	3	3	5	5	51
96	5	5	4	4	4	4	3	3	5	5	4	3	49
97	5	5	5	5	3	3	5	5	4	4	5	2	51
98	5	5	3	5	4	4	4	4	5	3	3	4	49
99	4	4	5	3	3	3	5	5	3	5	5	5	50
100	4	5	4	5	4	4	3	4	5	4	4	3	49

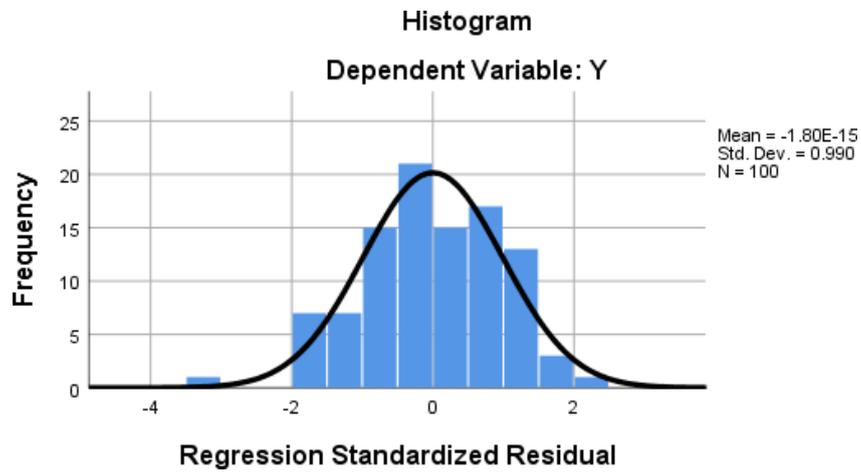
No	Keberhasilan Usaha								Total
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	
1	3	4	3	5	5	4	4	5	33
2	4	4	5	5	3	4	5	5	35
3	3	4	5	4	5	5	5	4	35
4	5	3	4	4	4	5	4	4	33
5	3	5	4	4	4	5	5	5	35
6	5	3	4	5	4	5	5	4	35
7	4	5	3	5	4	4	5	5	35
8	3	4	5	5	5	5	5	5	37
9	4	4	3	5	4	5	4	5	34
10	5	3	3	5	5	4	4	5	34
11	5	5	4	5	4	5	4	4	36
12	5	3	4	5	3	4	5	5	34
13	4	4	2	4	5	5	4	4	32
14	4	4	5	4	4	4	5	4	34
15	5	5	3	5	4	5	5	5	37
16	3	3	4	5	5	4	5	5	34
17	5	3	5	5	5	3	4	4	34
18	4	5	4	4	4	4	5	5	35
19	3	4	5	5	5	5	4	4	35
20	4	2	5	4	5	4	5	4	33
21	2	4	5	4	4	5	4	4	32
22	4	4	4	4	5	4	5	4	34
23	4	2	5	4	4	4	4	5	32
24	4	4	4	4	5	4	5	4	34
25	2	2	4	5	4	4	5	4	30
26	3	3	5	5	5	4	2	4	31
27	3	4	5	4	3	5	3	3	30
28	3	3	3	5	4	4	5	2	29
29	5	5	5	4	4	4	5	4	36
30	4	4	3	3	3	4	4	4	29
31	5	4	4	5	3	4	3	5	33
32	5	5	4	3	4	4	5	5	35
33	5	5	5	3	3	4	5	4	34
34	4	4	4	5	5	3	4	4	33
35	4	5	3	4	3	5	4	4	32
36	5	5	5	3	5	3	4	5	35
37	5	5	3	2	4	5	3	5	32
38	5	5	4	5	3	4	5	5	36

39	5	4	5	4	4	4	3	5	34
40	5	4	4	5	5	3	3	5	34
41	4	5	3	2	5	5	4	5	33
42	4	5	4	3	5	3	4	5	33
43	5	5	3	5	4	4	2	4	32
44	5	4	5	5	4	4	5	4	36
45	4	5	4	3	5	5	3	5	34
46	5	4	5	3	3	3	4	5	32
47	5	3	4	5	5	3	5	5	35
48	4	5	4	4	4	5	4	4	34
49	5	4	5	4	3	4	5	5	35
50	2	4	5	4	4	2	5	4	30
51	4	4	5	4	2	4	5	4	32
52	4	4	4	5	4	4	4	4	33
53	2	4	4	5	4	2	5	4	30
54	4	4	4	5	4	4	4	4	33
55	4	5	5	5	2	2	4	5	32
56	3	4	4	5	3	3	5	5	32
57	4	4	5	5	3	4	5	4	34
58	3	3	5	5	3	3	3	5	30
59	3	5	4	4	4	4	5	5	34
60	3	4	5	5	3	4	5	3	32
61	4	4	3	5	5	5	4	5	35
62	3	5	5	4	5	3	5	3	33
63	3	3	4	5	5	3	4	5	32
64	3	3	5	4	5	4	5	4	33
65	5	5	5	5	4	3	4	3	34
66	4	4	5	4	5	4	5	5	36
67	5	5	4	5	3	3	4	4	33
68	3	5	5	4	5	4	5	3	34
69	5	4	3	5	4	3	5	5	34
70	4	5	4	5	5	4	5	4	36
71	3	3	4	4	3	3	5	3	28
72	5	3	3	4	5	4	4	5	33
73	4	4	5	4	4	3	4	4	32
74	5	5	4	4	5	5	4	3	35
75	5	3	3	5	5	3	5	5	34
76	3	5	5	5	5	5	4	4	36
77	4	4	3	4	4	3	5	4	31
78	5	4	5	4	5	5	4	5	37

79	5	3	4	4	5	3	4	3	31
80	4	5	5	5	3	5	4	5	36
81	5	4	3	5	5	3	4	5	34
82	4	4	3	4	4	4	5	3	31
83	4	5	5	5	3	5	4	5	36
84	4	3	5	5	5	3	5	3	33
85	5	4	3	4	4	4	4	5	33
86	4	5	4	5	3	3	5	3	32
87	5	3	3	5	5	5	4	5	35
88	3	4	5	3	4	4	5	3	31
89	5	5	4	5	5	3	4	4	35
90	4	3	5	4	5	5	5	3	34
91	5	4	3	5	4	4	4	4	33
92	3	4	5	3	5	3	5	3	31
93	5	5	4	5	4	5	4	4	36
94	4	3	5	4	5	4	5	3	33
95	4	5	3	5	4	3	4	5	33
96	4	4	5	5	5	5	4	3	35
97	5	3	4	5	3	4	4	5	33
98	4	3	4	3	5	4	5	3	31
99	5	5	4	5	4	5	4	3	35
100	4	4	3	4	3	5	4	3	30

Lampiran 7 : Hasil Uji Normalitas

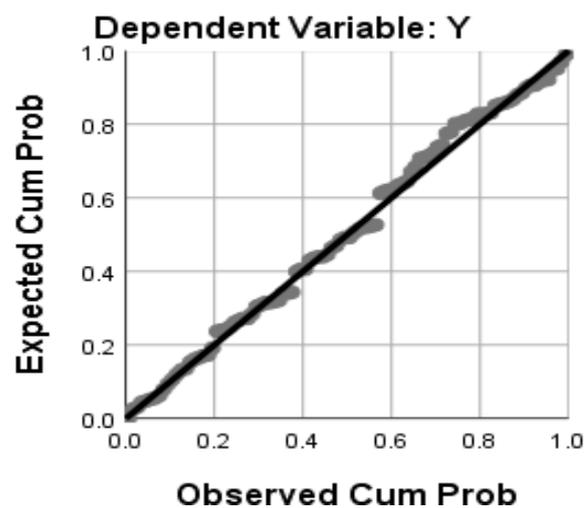
Grafik Histogram



Grafik

Normal Probability Plot of Regression

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



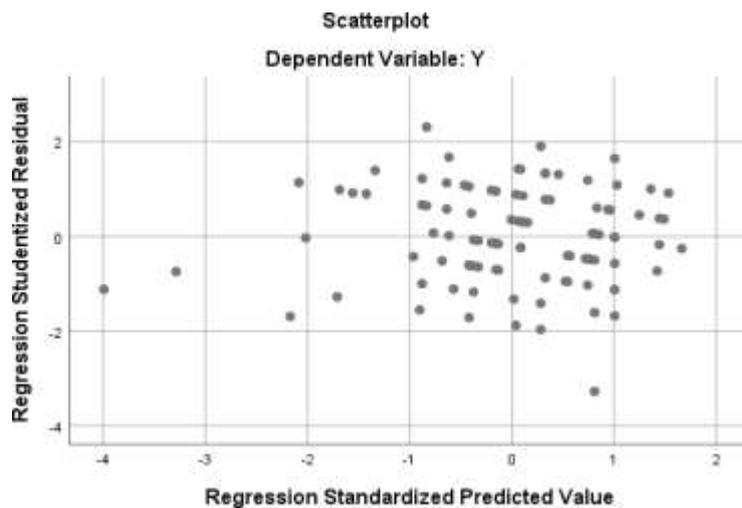
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.80721097
Most Extreme Differences	Absolute	.064
	Positive	.043
	Negative	-.064
Test Statistic		.064
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Lampiran 8 : Hasil Uji Heteroskedastisitas Grafik Scatterplot



Lampiran 9 : Hasil Uji Analisis Regresi Linier

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	20.844	3.530
	X1	.143	.065
	X2	.158	.058

a. Dependent Variable: Y

Coefficients^a

Model		t	Sig.
1	(Constant)	5.905	.000
	X1	2.198	.030
	X2	2.731	.007

a. Dependent Variable: Y

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	42.225	2	21.112	6.334	.003 ^b
	Residual	323.335	97	3.333		
	Total	365.560	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Lampiran 10 : Uji Koefisien Determinan (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.340 ^a	.116	.097	1.826

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
EKA PRASETYA

Jl. Merapi No. 08 Medan – 20212

Telp. (061) 4571198 (Hunting) Fax. (061) 4151391

Website : www.eka-prasetya.ac.id E-mail : sso@eka-prasetya.ac.id

Medan, 03 Februari 2023

Nomor : 5703/R/STIE-EP/I/2023

Lamp. : —

Hal : "Observasi"

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Pimpinan PT. Fajar Abadi Jaya Perkasa
Di-

Tempat

Dengan hormat,

Bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu Pimpinan untuk menerima kunjungan seorang Mahasiswa/i kami :

Nama	: Hendra
NIM	: 191010193
Semester	: VII
Program Studi	: Manajemen (S1)
Judul Tugas Akhir	: Pengaruh E- Commerce Dan Persediaan Barang Terhadap Keberhasilan Usaha Di Mie Jaring Nelayan Sun Plaza

Untuk mengadakan peninjauan ke PT. Fajar Abadi Jaya Perkasa yang Bapak/Ibu pimpin, dalam rangka melakukan observasi untuk bahan penulisan Tugas Akhir Mahasiswa/i tersebut.

Hasil peninjauan berupa data yang dikumpulkannya tetap akan bersifat rahasia dan tidak dipublikir untuk umum. Kami juga mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk membalas surat kami ini yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut di atas benar telah melakukan observasi dimaksud.

Atas kesediaan dan bantuan Bapak/Ibu Pimpinan menerima Mahasiswa/i kami serta memberi data yang diperlukan, kami ucapkan terima kasih. Semoga hubungan kerja sama ini dapat berlanjut untuk hari-hari yang akan datang, dan mudah-mudahan perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin sukses di masa yang akan datang.

Hormat kami,
Ketua STIE Eka Prasetya

Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si



Medan, 13 Februari 2023

Nomor : 108/HRD/SUN/II/2023

Perihal : Surat Keterangan Izin Melakukan Observasi

Kepada :

Yth. Ketua

STIE Eka Prasetya

Di tempat

Dengan Hormat,

Berdasarkan dengan Surat Nomor 5703/R/STIE-EP/I/2023 perihal : Permohonan Izin Observasi, maka dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa/i STIE Eka Prasetya dengan data berikut :

Nama	: Hendra
NIM	: 191010193
Jenjang	: S1
Semester	: VII (Tujuh)

Dengan ini kami sampaikan bahwa mahasiswa/i tersebut disetujui untuk dapat melakukan observasi dengan judul "Pengaruh E-Commerce Dan Persediaan Barang Terhadap Keberhasilan Usaha Di Mie Jaring Nelayan Sun Plaza".

Demikian surat ini dibuat dengan benar untuk dipergunakan sebagaimana semestinya.

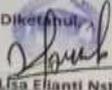
Hormat Kami,

Andy
HRD Manager.

STIE EKA PRASETYA

VOUCHER SEMINAR PROPOSAL

NAMA : Hendra
 NIM : 191010193
 Tanggal : 9 Feb 2022

Diketahui

 Lisa Elianti Nast
 Akademik

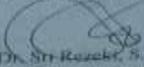
**NGGI ILMU EKONOMI
 KA PRASETYA**

PESERTA SEMINAR PROPOSAL

Hendra
 191010193
 Manajemen

NO	SEMINAR	JUDUL PROPOSAL	NIM	Tanda Tangan Pimp. Seminar
1	9/12-2022	Kardap Sinoh JUDUL PROPOSAL: Hubungan lokasi, harga dan promosi terhadap minat beli gardyn pada Sarni Interior house	181010057	
2	9/12-2022	Herbert JUDUL PROPOSAL: Analisis penetapan harga dan returjarian terhadap pembelian konsumen pada toko Trend ACC	181010083	
3	10/12-2022	Kelvin Jardy JUDUL PROPOSAL: Pengaruh kualitas produk dan kualitas terhadap kepuasan pelanggan di cv. meumur abadi Sentosa medan	181010061	
4	10/12-2022	Handy JUDUL PROPOSAL: pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian di toko emle celwer muda	181010701	
5	10/12-2022	Antonio Lachan JUDUL PROPOSAL: Pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan konsumen untuk membeli produk D.P.T. Dalam Ar condicionado 7 tonessio	181010141	
		JUDUL PROPOSAL :		
		JUDUL PROPOSAL :		
		JUDUL PROPOSAL :		

Mahasiswa dapat menyelenggarakan seminar proposal bila telah memenuhi syarat mengikuti/ menjadi peserta seminar proposal mahasiswa yang lain **MINIMAL 5 KALI**

Medan, 20.....
 Ketua STIE Eka Prasetya

 Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.



STE EKA PRASETYA MEDAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

1



Nama Mahasiswa : Hanna

NIM : 191010193

Kelas : Umsida

Kontribusi : Kewirausahaan, Pemasaran

IPWA : 08216651238 Email:

Alamat Tinggal:

Nama Dosen Pembimbing 1:

Dr. Sri Rizki, SE., M.S.

Nama Dosen Pembimbing 2:

Dona Ema Manan, M.Si., M.P.

No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing
1	14 Jan 2023	Disusi masalah penelitian	
2	16 Jan 2023	Disusi judul penelitian	
3	17 Jan 2023	Disusi masalah penelitian	
4	19 Feb 2023	Bim. Bab I Riset Jabat-bidang "E-commerce" Kerangka pd variabel e-commerce teoritik, sehingga dibuktikan data yang dijumlah menggunakan e-commerce	
5	15 Feb 2023	Bim. Bab I Riset instrumen masalah penelitian Jabang, BAB II + BAB III Keth. Lanta pengantar	
10			
11	20 - 21 Feb	Acc Skripsi	
12	18 Mar 2023	Acc Koesioner	
13	4 Mei 2023	Disusi BAB IV dan BAB V (BAB IV perbatan dan BAB V Impilasi Manajerial)	
14	5 Mei 2023	Acc Sidang	
15			
16			

REVISI SIDANG		Uraian Revisi Sidang / Bimbingan perbaikan Revisi	Ttd Dosen Penguji
No	Tanggal		
1	13 Mar 2023	Revisi data, Jabat-bidang dan judul	
2	14 Mar 2023	Acc revisi	
3			
4			

Dibetahi oleh,
Wakil Ketua / Bidang Akademik



STIE EKA PRASETYA MEDAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

2



Nama Mahasiswa : HENDRA

NIM : 131010193

Kelas : UIRALSAHA B

Konentrasi : Kewirausahaan, Pemasaran (tidak yang tidak sesuai)

HP/WA : 0821 6615 1238 Email:

Alamat Tetap:

Nama Dosen Pembimbing 1:

Dr. Sri Anselmi, SE, M.Si

Nama Dosen Pembimbing 2:

Dr. Ena Mangata, M.Si, M.Pd

No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing
1	25 April 2022	Bimbingan Revisi ke-1 materi dan format (pembimbing)	M.H.
2	01 Des 2022	Bim. Revisi Itr 1, 2 dan 3 dan 4 ke-1	M.H.
3	23 Des 2022	Bimbingan operasional semua variabel sudah ok.	M.H.
4		Dikirim surat Bab 1, 2, 3	
5	25 Jan 2023	Bim. Revisi Bab I, II, III dan lain-lain dalam pendahuluan.	M.H.
6	31 Jan 2023	Bim. Revisi Bab I, Layout	M.H.
7		Revisi Bab II (Penelitian terdahulu)	
8		Punkt kuantitatif	
9	3 Feb 2023	Bim. Revisi BAB I, II dan III Layout, ACC kuisiase	M.H.
10	13 Feb 2023	ACC SEMPUR	M.H.
11	29 Apr 2023	Revisi SRS dan Revisi Pendahuluan BAB IV dan V	M.H.
12	2 Mei 2023	ACC Bab 4 dan 5. (mengisi detail)	M.H.
13	4 Mei 2023	Menyempurnakan	M.H.
14	6 Mei 2023	ACC Selang	M.H.
15			
16			
17			

REVISI SIDANG

No Tanggal

Uraian Revisi Sidang / Bimbingan perbaikan Revisi

Ttd Dosen Penguji

1 15 Mei 2023 Revisi Latar belakang dan konsep penelitian

2 14 Mei 2023 ACC Revisi

Office

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama : Hendra
Tempat / Tanggal Lahir : Medan, 15 Januari 2001
Jenis Kelamin : Pria
Alamat : Jl. Pukat VIII, No. 38A
Alamat Email : hendrachai2001@gmail.com
Agama : Buddha
Status : Belum Menikah
Handphone (HP) : 082166151238

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tahun 2007 s/d Tahun 2013 : SD Swasta Jenderal Sudirman Medan
2. Tahun 2013 s/d Tahun 2016 : SMP Swasta Jenderal Sudirman Medan
3. Tahun 2016 s/d Tahun 2019 : SMA Swasta Jenderal Sudirman Medan
4. Tahun 2019 s/d Tahun 2023 : Program Sarjana (S-1) STIE Eka Prasetya

RIWAYAT PEKERJAAN

1. Tahun 2019 s/d sekarang : Nelayan Group

DATA ORANG TUA

Nama Ayah : Chai Wui Pin
Pekerjaan : Wirausaha
Handphone (HP) : 081263917988
Alamat : Jl. Pukat VIII No. 38A
Nama Ibu : Lo Li Chin
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Handphone (HP) : 08126430832
Alamat : Jl. Pukat VIII No. 38A

Demikianlah daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Medan, 15 Juni 2023

Penulis

Hendra