

**PENGARUH KERAGAMAN MENU DAN LOKASI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
WARUNG DAPUR KHENAN MEDAN**

SKRIPSI



STIE EKA PRASETYA

**Ditulis Oleh :
ALDIANSYAH N HARAHAHAP
191010199**

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

LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING

Judul : PENGARUH KERAGAMAN PRODUK DAN
LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA WARUNG DAPUR
KHENAN MEDAN

Nama : ALDIANSYAH N HARAHAP

NIM : 191010199

Program Studi : Manajemen

Perguruan Tinggi : STIE Eka Prasetya

Medan, 15 Februari 2023

Disetujui Oleh
Tim Pembimbing,

Pembimbing I,



Dra. Pesta Gultom M.M
NIDN : 0117126501

Pembimbing II,



Lisa Elianti Nasution, S.E., M.M

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

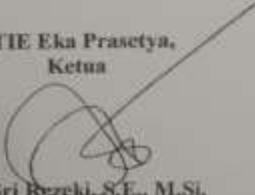
Judul : PENGARUH KERAGAMAN MENU DAN LOKASI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
WARUNG DAPUR KHENAN MEDAN
Nama : Aldiansyah Nharahap
NIM : 191010199
Program Studi : Manajemen
Perguruan Tinggi : STIE Eka Prasetya

Pada 09 Mei 2023
Dewan Penguji,

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

Penguji II : 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 MANAJEMEN
PERNYATAAN MENGENAI PLAGIARISME

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

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

Nama	Aldiansyah N Harahap
NIM	191010199
Judul Tugas Akhir	Pengaruh Keragaman Menu dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung Dapur Khenan Medan
Pembimbing Tugas Akhir	
Pembimbing-1	Dra. Pesta Gultom, M.M
Pembimbing-2	Lisa Elianti Nasution, S.E., M.M

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

Medan, 09 Mei 2023


191010199

KATA PENGANTAR

Terlebih dahulu peneliti mengucapkan puji syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH KERAGAMAN MENU DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA WARUNG DAPUR KHENAN MEDAN”** sesuai dengan waktu yang telah dijadwalkan. Pada kesempatan ini, mengingat banyaknya bantuan dan bimbingan yang diterima selama penyusunan skripsi ini, peneliti ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ketua Yayasan Graha Eka Education Center Bapak Susanto, ST., S.Pd., M.M.
2. Ketua STIE Eka Prasetya Ibu Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
3. Wakil Ketua Satu Bidang Akademik STIE Eka Prasetya, Ibu Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M.
4. Ibu Dra. Pesta Gultom, M.M.. selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan arahan hingga selesainya skripsi ini.
5. Ibu Lisa Elianti Nasution, S.E., MM.. selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan arahan hingga selesainya skripsi ini.
6. Koordinator Program Studi Manajemen Ibu Ihdina Gustina, S.E., M.M.
7. Kepala Bagian Akademik Ibu Lisa Elianti Nasution, S.E., M.M.
8. Kepala Bagian Keuangan Ibu Elysa, S.M.
9. Kepala Bagian Kemahasiswaan Bapak Junaidi, S.M.
10. Seluruh Dosen pengajar dan Staf Pegawai STIE Eka Prasetya Medan.

11. Kedua orang tua tercinta, saudaraku serta teman-teman yang telah banyak memberikan dorongan dan bantuan baik moril, materil maupun spiritual

Peneliti menyadari skripsi ini jauh dari kesempurnaan Untuk itu segala saran dan kritik untuk penyempurnaan skripsi ini sangat diharapkan peneliti. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Terima kasih.

Medan, 09 Mei 2023
Peneliti

Aldiansyah N Harahap
191010199

ABSTRAK

Aldiansyah N Harahap, 191010199. 2023, Pengaruh Keragaman Menu dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung Dapur Khenan Medan Jalan Irigasi V Gg. Bersama 7 No 2 Medan Tuntungan, STIE Eka Prasetya, Program Studi Manajemen, Pembimbing I: Dra. Pesta Gultom, M.M, Pembimbing II: Lisa Elianti Nasution, S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh Keragaman Menu terhadap Keputusan Pembelian pada Warung Dapur Khenan Medan, menguji dan menganalisis pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Warung Dapur Khenan Medan, dan menguji dan menganalisis pengaruh Keragaman Menu dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Warung Dapur Khenan Medan. Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk angka atau bilangan. Sumber data berupa data primer dan data sekunder, unit analisis dalam penelitian ini adalah Warung Dapur Khenan Medan serta unit observasinya adalah pelanggan Warung Dapur Khenan Medan. Populasi pada penelitian ini adalah jumlah pelanggan Pada Warung Dapur Khenan Medan dari bulan Oktober hingga April 2022 sebanyak 6.935 orang dengan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 99 orang yang ditentukan menggunakan rumus Slovin. Data dianalisis dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda.

Hasil analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini yaitu Keputusan Pembelian = $8.836 + 0,387 \text{ Keragaman Menu} + 0,289 \text{ Lokasi} + e$. Hasil pengujian hipotesis secara parsial diperoleh nilai $t_{hitung} (7,233) > t_{tabel} (1,985)$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_1 diterima yaitu: Keragaman Menu secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung Dapur Khenan Medan. Hasil pengujian hipotesis secara parsial diperoleh nilai $t_{hitung} (3,071) > t_{tabel} (1,985)$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_2 diterima yaitu: Lokasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung Dapur Khenan Medan. Hasil pengujian hipotesis secara simultan bahwa diperoleh nilai $F_{hitung} (52,869) > F_{tabel} (3,09)$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H_3 diterima yaitu Keragaman menu dan Lokasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung Dapur Khenan Medan.

Kata Kunci : Keragaman Menu, Lokasi, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Aldiansyah N Harahap, 191010199. 2023, The Influence of Menu Diversity and Location on Purchasing Decisions at Kitchen Warung Khenan Medan, Jalan Irrigasi V Gg. Together with 7 No 2 Medan Tuntungan, STIE Eka Prasetya, Management Study Program, Supervisor I: Dra. Pesta Gultom, M.M, Supervisor II: Lisa Elianti Nasution, S.E., M.M.

This study aims to examine and analyze the effect of Menu Diversity on Purchasing Decisions at Warung Dapur Khenan Medan, test and analyze the effect of Location on Purchase Decisions at Warung Dapur Khenan Medan, and test and analyze the effect of Menu Diversity and Location on Purchase Decisions at Warung Dapur Khenan Medan . The research methodology used is a quantitative descriptive method. The type of data used in this study is quantitative data, namely data obtained in the form of numbers or numbers. Sources of data are primary data and secondary data, the unit of analysis in this study is Warung Kitchen Khenan Medan and the unit of observation is Warung Kitchen Khenan Medan. The population in this study is the number of customers at Warung Kitchen Khenan Medan from October to April 2022 as many as 6,935 people with a total sample of 99 people determined using the Slovin formula. Data were analyzed using multiple linear regression analysis method.

The results of multiple linear regression analysis in this study are Purchase Decision = $8,836 + 0.387 \text{ Menu Diversity} + 0.289 \text{ Locations} + e$. The results of partial hypothesis testing obtained $t_{count} (7.233) > t_{table} (1.985)$ and a significant value of $0.000 < 0.05$, then H1 is accepted, namely: Menu Diversity partially has a positive and significant effect on Purchase Decisions at Warung Dapur Khenan Medan. The results of partial hypothesis testing obtained $t_{count} (3.071) > t_{table} (1.985)$ and a significant value of $0.000 < 0.05$, then H2 is accepted, namely: Location partially has a positive and significant effect on Purchase Decisions at Warung Dapur Khenan Medan. The results of testing the hypothesis simultaneously that the value of $F_{count} (52.869) > F_{table} (3.09)$ with a significance level of $0.000 < 0.05$, then H3 is accepted, namely menu diversity and location simultaneously have a positive and significant effect on purchasing decisions at Warung Dapur Khenan Medan.

Keywords: Menu Diversity, Location, Purchase Decision

MOTTO

“Usaha dan keberanian tidak cukup tanpa adanya tujuan dan arah perencanaan”.

(John F.Kennedy)

“Dunia itu tempat berjuang, istirahat itu di surga”.

(Syekh Ali Jaber)

“Gagal hanya terjadi jika kita menyerah”.

(B.J.Habibie)

PERSEMBAHAN

SKRIPSI ini kupersembahkan untuk :

Bapak, Ibu yang ada dirumah tapi selalu mendukung dan memberikan semangat kepadaku. Terimakasih atas semua hal, sekecil apapun itu.

TerimaKasih untuk Ibu Dra. Pesta Gultom M.M dan Ibu Lisa Elianti Nasution, S.E., M.M yang telah memberikan tenaga, waktu dan pikiran untuk membimbing dan mengarahkan hingga saya dinyatakan lulus.

For all my friend, terimakasih sudah memberikan semangat dan dukungan untuk saya dalam menyelesaikan skripsi ini, saya tidak akan melupakan kebaikan kalian.

For my self, terimakasih sudah mau berjuang untuk tetap kuat hingga detik ini. Im
so proud of you.

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.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii

BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Rumusan Masalah.....	7
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Kegunaan Penelitian	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Teori Keputusan Pembelian.....	9
2.1.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian	9
2.1.1.2 Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	10

2.1.1.3 Tahap dalam Mengambil Suatu Keputusan Pembelian.....	11
2.1.1.4 Jenis-jenis Keputusan Pembelian	11
2.1.1.5 Indikator Keputusan Pembelian	12
2.1.2 Teori Keragaman menu	13
2.1.2.1 Pengertian Keragaman menu.....	13
2.1.2.2 Hirarki Keragaman menu	14
2.1.2.3 Hasil dari Keragaman menu	15
2.1.2.4 Indikator Keragaman menu	16
2.1.3 Teori Lokasi.....	17
2.1.3.1 Pengertian Lokasi	17
2.1.3.2 Faktor-faktor Penentuan Lokasi	18
2.1.3.3 Strategi Memilih Lokasi	19
2.1.3.4 Jenis-jenis Lokasi	19
2.1.3.5 Indikator Lokasi	20
2.2 Penelitian Terdahulu	21
2.3 Kerangka Konseptual.....	22
2.4 Hipotesis Penelitian	23

BAB III METODE PENELITIAN 24

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	24
3.1.1 Lokasi Penelitian	24
3.1.2 Waktu Penelitian	24
3.2 Jenis-jenis dan Sumber Data.....	24
3.2.1 Jenis Data.....	24
3.2.2 Sumber Data	24
3.3 Populasi dan Sampel.....	25
3.3.1 Populasi Penelitian	25
3.3.2 Sampel Penelitian	26
3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian	27
3.5 Teknik Pengumpulan Data	28
3.6 Teknik Analisis data	29
3.6.1 Uji Validitas.....	29
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	30

3.6.3	Uji Asumsi Klasik.....	30
3.6.3.1	Uji Normalitas	30
3.6.3.2	Uji Multikolinearitas	31
3.6.3.3	Uji Heteroskedastisitas	32
3.6.4	Analisis Regresi Linear Berganda	33
3.6.5	Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	33
3.6.6	Pengujian Hipotesis Secara Simultan(Uji F).....	34
3.6.7	Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)	35

DAFTAR ISI

BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1	Hasil Penelitian	37
4.1.1	Sejarah Singkat Warung Dapur Khenan Medan	37
4.1.2	Visi & Misi Warung Dapur Khenan Medan.....	38
4.1.2.1	Visi	38
4.1.2.2	Misi.....	38
4.2	Karakteristik Responden.....	38
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Informasi	39
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian	40
4.2.4	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	41
4.2.4.1	Uji Validitas.....	41
4.2.4.2	Uji Reliabilitas.....	45
4.2.5	Uji Asumsi Klasik	47
4.2.5.1	Uji Normalitas	47
4.2.5.2	Uji Multikolinieritas	51
4.2.5.3	Uji Heteroskedastisitas	52
4.2.6	Analisis Regresi Linier Berganda.....	54
4.2.7	Pengujian Hipotesis	56
4.2.7.1	Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji-t)	56
4.2.7.2	Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	58
4.2.8	Koefisien Determinasi (R^2).....	60
4.3	Pembahasan	38

BAB V KESIMPULAN, IMPLEMENTASI MANAJERIAL DAN SARAN	
AKADEMIS.....	64
DAFTAR ISI	
5.1 Kesimpulan	64
5.2 Implementasi Manajerial	64
5.3 Saran Akademis	65

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

SURAT IZIN PENELITIAN

SURAT BALASAN PENELITIAN

KARTU PESERTA SEMINAR PROPOSAL

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Penjualan Warung Dapur Khenan	3
Tabel 1.2	Data Menu yang ada di Sekitar Warung Dapur Khenan Medan.....	4
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1	Defenisi Operasional Variabel Penelitian	27
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Informasi	39
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian....	40
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Variabel Keragaman Menu (X1).....	42
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi (X2)	43
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	44
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keragaman Menu (X1).....	46
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Lokasi (X2)	46
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	47
Tabel 4.10	<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>.....	50
Tabel 4.11	Hasil Pengujian Multikolinieritas.....	52
Tabel 4.12	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	52
Tabel 4.13	Hasil Pengujian Parsial (Uji-t)	57
Tabel 4.14	Hasil Pengujian Simultan (Uji F).....	59
Tabel 4.15	Uji Koefisien Determinasi.....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Konseptual	22
Gambar 4.1	<i>Grafik Histogram</i>	48
Gambar 4.2	<i>Normal Probability Plot Of Regression</i>	49
Gambar 4.3	<i>Grafik Scatterplot.....</i>	53

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner**
- Lampiran 2 Tabulasi Data Uji Validitas dan Reliabilitas**
- Lampiran 3 Hasil Analisi Data Validitas Keragaman Menu (X1)**
- Lampiran 4 Hasil Analisis Data Reliabilitas Keragaman Menu (X1)**
- Lampiran 5 Hasil Analisis Data Validitas Lokasi (X2)**
- Lampiran 6 Hasil Analisis Data Reliabilitas Lokasi (X2)**
- Lampiran 7 Hasil Analisis Data Validitas Keputusan Pembelian (Y)**
- Lampiran 8 Hasil Analisis Data Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)**
- Lampiran 9 Tabulasi Angket Responden**
- Lampiran 10 Hasil Output SPSS**

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era globalisasi saat ini dunia bisnis mengalami persaingan yang semakin ketat terutama dalam bisnis makanan dan minuman. Banyaknya persaingan dalam bidang makanan dan minuman saat ini sangatlah tinggi, mulai dari toko pinggir jalan yang sering juga kita sebut sebagai warung hingga ke restoran besar yang mewah. Masing-masing menawarkan berbagai macam makanan yang mengunggah selera dan mempunyai ciri khas tersendiri dari warung restoran itu sendiri. Di era globalisasi sekarang ini, telah membawa banyak perubahan terutama dalam lingkungan bisnis. Usaha warung makan banyak yang merupakan usaha kecil atau industri rumahan warung makan dengan modal dibawah 10 juta rupiah dan umumnya terletak pada halaman pekarangan dari pemilik warung, serta tidak memiliki cabang. Permasalahan yang dihadapi usaha warung makan kurangnya orientasi kewirausahaan, minat berwirausaha dan motivasi akan tetapi juga yang tidak kalah penting adalah bagaimana suatu usaha warung makan dapat bertahan atau bahkan dapat unggul dalam persaingan yang ada untuk memajukan usahanya.

Hal lain yang perlu dicermati oleh usaha warung makan adalah usaha rumah makan tentang keragaman menu yang saat ini menjadi lebih luas dan beraneka ragam jenisnya sehingga membuat usaha warung makan pada akhirnya menjadi semakin kuat dalam memilih dan mengevaluasi berbagai usaha sebelum

melakukan usaha bisnisnya . Hal inilah yang menyebabkan perusahaan sebaiknya lebih fokus terhadap Keragaman menu, Lokasi dan Keputusan Pembelian.

Keputusan pembelian tercipta pada saat suatu kondisi atau keadaan dimana suatu usaha mempunyai strategi yang tepat untuk menarik pelanggan. Keputusan pembelian dapat diartikan suatu keputusan konsumen menilai dan memilih dari berbagai produk yang tersedia sesuai dengan kepentingan konsumen. Keputusan pembelian sebagai suatu tahap proses keputusan dimana konsumen melakukan pembelian produk. Warung Dapur Khenan Medan merupakan usaha yang menyediakan berbagai jenis makanan dan minuman . Beberapa aktivitasnya adalah menawarkan berbagai macam makanan dan minuman meliputi ayam penyet, Ayam kalasan urap, Sayur urap, Ayam geprek, pecal ulek, ifumie goreng/kuah, mie tiaw goreng, mie hun goreng, indomie kuah/goreng, nila urap, lele urap, ikan asin telur, Nasi goreng, Telur urap, Ikan gembung urap, Cah kangkung, Kentang goreng, Tempe goreng, dan teh manis dingin/panas, capucino dingin/panas, luwak white kopi dingin/panas, jus alpukat, jus martabe, jus jeruk, jus buah naga sebagainya.

Hal ini dilakukan untuk memenuhi berbagai macam jenis makanan dan minuman yang diminati pelanggan .Seiring dengan semakin bertambahnya menu makanan dan minuman , jumlah pelanggan Warung Dapur Khenan Medan selama periode lima tahun terakhir mengalami kenaikan dan penurunan jumlah pelanggan.

Tabel 1.1
Data Penjuala Warung Dapur Khenan Medan
Periode 2018-2022

No	Tahun	Data Penjualan
1	2018	94.630.000
2	2019	121.480.000
3	2020	105.440.000
4	2021	101.040.000
5	2022	97.410.000

Sumber: Warung Dapur Kenan, 2022

Berdasarkan tabel I. 1 diatas, dapat diketahui bahwa pada tahun 2019 mengalami peningkatan penjualan yang cukup baik dikarenakan pada saat itu mengalami masa dimana terjadinya lonjakan peminat di daerah setempat untuk memesan makanan rumahan tersebut mulai beli langsung dan memesan via ojek online seperti gojek dan grab sehingga peningkatan penjualan di Warung Dapur Khenan Medan meningkat. Sedangkan di tahun 2020 mengalami penurunan yang sangat drastis sampai pada tahun 2022 yang di sebabkan oleh pandemi Covid-19, dimana ketika pemerintah melakukan PPKM sehingga sangat berdampak terhadap usaha Warung Dapur Khenan Medan. Namun, setelah pandemi berlalu, Warung Dapur Khenan masih saja belum mengalami kenaikan penjualan yang signifikan jika dibandingkan dengan tahun 2019 sebelum era pandemi.

Keragaman menu merupakan salah satu faktor penting yang dapat menentukan keputusan pembelian oleh pelanggan. Keragaman menu seorang pengusaha dianggap memiliki peranan yang signifikan dalam kesuksesan suatu bisnis, sehingga bisnis tersebut dapat berkinerja dengan baik. Menurut

Rahmawati (2022:40) Keragaman menu merupakan kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan pelaku usaha kepada konsumen.

Tabel 1.2

Data menu yang ada di sekitar Warung Dapur Khenan Medan		
No	Nama Warung	Menu
1	Warung Dapur Khenan	Nasi ayam penyet urap, Nasi nila urap, Nasi Lele urap, Nasi gembung urap, Nasi ikan asin urap, Nasi telur urap, Pecal ulek, Nasi ayam kalasan urap, Sayur urap, Nasi goreng, Indomie goreng/kuah, Mie hun goreng, Indomie ayam geprek, Ifu mie goreng/kuah, Mie tiaw goreng/kuah, Cah kangkung, Kentang goreng, Tempe goreng, Teh manis dingin/panas, Jus timun, Jus Alpukat, Luwak <i>white coffe</i> dingin/panas, <i>capucino</i> dingin/panas, Jus jeruk, Jus alpukat, Jus wortel, Jus Markisa, Jus kuini, Jus terong belanda, Jus martabe, <i>Pop ice</i> ,
2	Warung Bakso Ibu	Nasi ayam penyet, Soto ayam, Nasi lele penyet, Nasi goreng, Mie hun goreng, Mie hun goreng bakso, Mie sop ayam, Mie aceh goreng/kuah, Mie tiaw goreng/kuah, Ifu mie goreng/kuah, Mie ayam, Mie ayam bakso, Bakso, Misop ayam bakso, Bakso kosong, Nasi goreng bakso, Sop iga sapi, Sop ayam, Bakso jumbo ayam suir, Tahu goreng sumedang, Kentang goreng, Tempe goreng, Jus jeruk, Jus alpukat, Jus kuini, Jus terong belanda, Jus martabe, Teh manis dingin/panas, Nutrisari dingin, Es milo, Cappucino dingin/panas
3	Warung Bakso Ari	Ayam goreng, Mie bakso spesial, Ayam Geprek, Ayam penyet, Nasi ayam urap, Bebek penyet, Jamur <i>crispy</i> , <i>Crispy baby crab</i> , Dimsum ayam, Nasi Pecal lele, Baksi ads, Mie bakso ads ayam, Bakso kosong ads, Bakso kosong ads ayam, Mie bakso gede urat, Mie bakso gede urap ayam, Bakso kosong gede urat, Mie bakso <i>special</i> , Bakso kosong biasa, Bakso kosong ayam, Mie bakso bulan, Bakso kosong bulan, Bakso kosong bulan ayam, Ayam asam manis, Ayam Lada hitam, Ayam bakar, Tahu/tempe goreng, Telur goreng, Mujair goreng, Mujair asam manis, Lele tauco, Gembung goreng, Gembung tauco, Mujair tauco, Gurane goreng, Gurame tauco, Gurame asam manis, Nasi goreng, Nasi

goreng bakso, Nasi goreng sosis, Mie hun goreng, Mie tiaw goreng/kuah, Mie kuning goreng/kuah, MieAceh, Mie sop ayam, Mie sop bakso, Indomie goreng/kuah, Mie pangsit goreng, Mie ayam jamur, Mie ayam jamur bakso, soto ayam, sup iga, Tumis kangkung, S Tumis sawi toge, Capcai, Capcai jamur, Jus jeruk, Js alpukat, Jus nanas, Jus melon, Jus markisah, Jus melom, Jus sirsak, Jus terong belanda, Jus martabe, Jus wortel, Jusn kuini, Jus buah naga, Sop buah, The manis dingin/panas, Es lemon, Es milo, Cappucino, Pop ice

Sumber : Warung Dapur Khenan Medan dan Aplikasi Gojek

Berdasarkan Tabel 1.2 berbagai macam menu yang tersedia di Warung Dapur Khenan Medan, Warung Bakso Ibu dan Bakso Ari. Dari tabel tersebut di peroleh data menu Warung Dapur Khenan sangat sedikit di bandingkan dengan data menu Warung Bakso Ibu dan Bakso Ari. Itulah yang di sebabkan penurunan penjualan di Warung Dapur Khenan karena ketersediaan menu yang sangat sedikit. Dengan ketersediaan menu yg lebih banyak maka pelanggan lebih tertarik untuk membeli di tempat lain daripada memesan di Warung Dapur Khenan.

Dalam hal ini, dapat diketahui bahwa usaha warung makan bukan hanya mampu memberikan pemahaman agar dapat membantu konsumennya dalam membuat keputusan membeli tapi juga memastikan konsumennya mampu memilih atau mengambil keputusan untuk memilih dari berbagai produk yang tersedia sesuai dengan kepentingan konsumen.

Lokasi juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian karena pada dasarnya dengan pemilihan lokasi yang tepat dan mempunyai tempat strategis pelanggan akan memiliki kecenderungan hati untuk tertarik membeli suatu usaha tersebut karena lokasinya mudah di jangkau oleh pelanggan.

Faktor lainnya yang diduga adalah lokasi dimana lokasi adalah suatu keputusan perusahaan untuk menentukan tempat usaha, menjalankan kegiatan usaha atau kegiatan operasional, serta mendistribusikan barang atau jasa yang menjadi kegiatan bisnisnya pada konsumen menurut Indriyani, dkk (2022:65). Pentingnya lokasi bagi perusahaan atau pengusaha sangat memengaruhi keputusan target pasar dalam memilih keputusan pembeliannya. . Dalam hal ini, dapat diketahui bahwa suatu usaha makanan rumahan mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk melakukan pembelian jika pemilihan lokasi usaha yang tepat dan strategis . Lokasi yang strategis tidak hanya sekedar menyakini konsumen untuk memutuskan pembelian di usaha tersebut, akan tetapi juga mempengaruhi konsumen untuk mampu menganalisis dan mengambil keputusan untuk membeli yang sesuai dengan kebutuhannya.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang ada di atas membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: “ **PENGARUH KERAGAMAN MENU DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA WARUNG DAPUR KHENAN MEDAN**”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada latar belakang di atas, maka disinyalir penurunan Keputusan Pembelian disebabkan oleh :

1. Data Penjualan pada Warung Dapur Khenan Medan mulai tahun 2018 sampai dengan 2022 mengalami fluktuasi.
2. Adanya keterbatasan Keragaman menu yang dimiliki pemilik usaha warung makan tersebut.

3. Lokasi yang dimiliki oleh pemilik usaha yang tidak strategis yang membuat warung usahanya kurang di kenal dengan luas.

1.3 Batasan Masalah

Oleh karena keterbatasan pengetahuan, kemampuan dana dan waktu, maka penulis membatasi masalah hanya pada ruang lingkup antara variabel Keragaman menu (X_1) dan Lokasi (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Objek penelitian ini adalah warga kota Medan dan sekitarnya yang memesan makanan dan minuman pada Warung Dapur Khenan Medan.

1.4 Rumusan Masalah

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

1. Apakah Keragaman menu berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Warung Dapur Khenan Medan ?
2. Apakah Lokasi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Warung Dapur Khenan Medan ?
3. Apakah Keragaman menu dan Lokasi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Warung Dapur Khenan Medan ?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh Keragaman menu terhadap Keputusan Pembelian pada Warung Dapur Khenan Medan.

2. Untuk mengetahui pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Warung Dapur Khenan Medan.
3. Untuk mengetahui pengaruh Keragaman menu dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Warung Dapur Khenan Medan.

1.6 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan bagi berbagai kalangan antara lain :

1. Bagi Warung Dapur Khenan Medan
Sebagai dasar meningkatkan keunggulan dalam bersaing pada bidang sejenis dan sebagai informasi mengenai bagaimana pengaruh Keragaman menu dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Warung Dapur Khenan Medan.
2. Bagi Akademisi
Sebagai tambahan referensi kepustakaan yang dapat digunakan mahasiswa khususnya Jurusan Manajemen mengenai variabel Keragaman menu dan Lokasi serta Keputusan Pembelian.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Keputusan Pembelian

2.1.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah perilaku yang mengacu pada perilaku pembelian akhir dari konsumen, baik individual maupun rumah tangga yang membeli jasa maupun produk untuk dikonsumsi secara pribadi.

Menurut Kholidah dan Arifiyanto (2020:10) keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Sedangkan menurut Purboyo, dkk (2021:38) keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi secara baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian.

Menurut Ferine dan Yuda (2022:5) keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian. Sedangkan menurut Gunawan, dkk (2022:8) pengertian keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual.

Menurut Wangsa, dkk (2022:11) keputusan pembelian adalah suatu proses seorang konsumen dalam mengelola pengetahuan dan informasi mengenai

suatu produk serta melakukan pemilihan atau menentukan pembelian produk yang paling disukai untuk memenuhi kebutuhan.

Berdasarkan pendapat ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa pengertian Keputusan pembelian adalah sebuah proses yang dilakukan oleh konsumen sebelum akhirnya memutuskan untuk membeli suatu produk atau jasa, keputusan pembelian merupakan tindakan yang dilakukan konsumen untuk melakukan pembelian sebuah produk.

2.1.1.2 Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Adapun yang menjadi faktor-faktor keputusan pembelian yang dipertimbangkan adalah lokasi, kelengkapan produk dan harga. Menurut Gunawan, dkk (2022:8), faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen sampai di tahap keputusan pembelian yaitu :

1. Faktor Budaya

Budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku pembentuk paling dasar.

2. Faktor Sosial

Faktor sosial seperti kelompok referensi, keluarga serta peran sosial dan status mempengaruhi perilaku pembelian.

3. Faktor Pribadi

Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, penting bagi pemasar untuk mengikuti konsumen secara seksama agar produk ditawarkan pemasar dapat diterima oleh mereka.

2.1.1.3 Tahap Dalam Mengambil Suatu Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian seseorang juga dipengaruhi oleh ciri-ciri kepribadiannya, termasuk usia, pekerjaan, keadaan ekonomi. Perilaku konsumen akan menentukan tahap pengambilan keputusan dalam melakukan pembelian. Menurut Wangsa, ddk (2022:11) ada lima tahap yang dilalui konsumen dalam mengambil suatu keputusan pembelian, yaitu :

1. Pengenalan masalah. Proses pembelian dimulai ketika pembeli mengenali masalah atau kebutuhan.
2. Pencarian informasi. Konsumen yang terangsang kebutuhannya akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak.
3. Evaluasi alternatif. Pasar harus tahu tentang evaluasi alternative, yaitu bagaimana konsumen mengolah informasi merek yang bersaing dan membuat penilaian akhir.
4. Kepuasan pembelian. Dalam tahap evaluasi, para konsumen membentuk preferensi atas merek-merek yang ada di dalam kumpulan pilihan.
5. Perilaku pasca pembelian. Setelah membeli produk, konsumen akan mengalami level kepuasan pasca pembelian.

2.1.1.4 Jenis –jenis Keputusan Pembelian

Pengambilan keputusan konsumen beranekaragam sesuai dengan keputusan pembeliannya. Jenis-jenis perilaku keputusan pembelian sangat bergantung kepada jenis barang yang akan di beli, harga dari barang serta rutin atau barang

tersebut tidak di beli. Menurut Andrian, dkk (2022:118-119) terdapat empat jenis perilaku keputusan pembelian, yaitu :

1. Perilaku pembelian kompleks, jenis perilaku pembelian yang kompleks dalam situasi yang ditentukan oleh keterlibatan tinggi dalam pembeliannya, biasanya ditemukan pada pembelian barang mahal dan pada umumnya barang yang jarang dibeli konsumen serta terdapat banyak perbedaan antar merek.
2. Perilaku pembelian pengurangan disonasi, jenis perilaku pembelian dimana situasi yang ditentukan oleh keterlibatan tinggi dalam pembelian tetapi konsumen tidak melihat banyak perbedaan dalam merek.
3. Perilaku pembelian kebiasaan, jenis perilaku pembelian dimana situasi yang ditentukan oleh keterlibatan yang rendah dalam pembelian dan tidak ada perbedaan merek yang signifikan, biasanya ditemukan pada pembelian produk yang murah dan produk yang sering dibeli konsumen.
4. Perilaku pembelian mencari keragaman, jenis perilaku pembelian dimana situasi yang ditentukan oleh keterlibatan yang rendah tetapi anggapan perbedaan merek yang signifikan.

2.1.1.5 Indikator Keputusan Pembelian

Indikator keputusan pembelian adalah Kemantapan membeli setelah mengetahui informasi produk, Memutuskan membeli karena merek yang paling disukai, Membeli karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan, Membeli karena mendapat rekomendasi dari orang lain.

Menurut Gunawan, dkk (2022:10) ada 4 indikator keputusan pembelian yaitu :

1. Sesuai kebutuhan

Konsumen melakukan pembelian karena produk yang ditawarkan sesuai yang dibutuhkan dan mudah dalam mencari barang yang dibutuhkan.

2. Mempunyai manfaat

Produk yang dibeli konsumen sangat berarti dan bermanfaat bagi konsumen.

3. Ketetapan dalam membeli produk

Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk dan sesuai dengan keinginan konsumen.

4. Pembelian berulang

Keadaan dimana konsumen merasa puas dengan transaksi sebelumnya sehingga berniat selalu melakukan transaksi di masa yang akan datang.

2.1.2 Teori Keragaman menu

2.1.2.1 Pengertian Keragaman menu

Keragaman menu adalah kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli. Keragaman menu terdiri dari kelengkapan produk dan barang yang dijual, macam merek yang dijual, variasi ukuran barang yang dijual, ketersediaan produk yang dijual. Menurut Kalimah dan Fadilah (2017:16) keragaman menu adalah kumpulan semua produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu dengan harga murah. Sedangkan menurut Indrasari (2019:29) keragaman menu merupakan kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli.

Menurut Gunawan (2022:7) keragaman menu adalah jumlah produk atau barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli. Sedangkan menurut Rahmawati (2022:40) Keragaman menu merupakan kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan pelaku usaha kepada konsumen. Menurut Arman (2022:66) keragaman menu atau lini produk adalah kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli.

Berdasarkan pendapat ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa keragaman menu adalah keanekaragaman terhadap produk yang menyangkut pada jenis produk , ketersediaan produk, serta kualitas produk yang ditawarkan kepada konsumen dengan maksud konsumen memiliki beberapa pilihan untuk membeli produk yang diinginkan sesuai dengan kebutuhannya.

2.1.2.2 Hirarki Keragaman menu

Keragaman menu yang dipasarkan meliputi barang fisik, jasa, pengalaman, acara-acara, orang, tempat, properti, organisasi dan gagasan. Setiap keragaman menu secara hirarki berhubungan dengan produk lainnya. Menurut Indrasari (2019:29-30) berikut penjelasan mengenai tujuh hirarki keragaman menu, yaitu :

1. Kelompok kebutuhan

Kebutuhan inti yang mendasari keberadaan suatu kelompok produk.

2. Kelompok produk

Semua kelas produk yang dapat memenuhi kebutuhan inti dengan cukup efektif.

3. Kelas produk

Sekumpulan produk di dalam kelompok yang dianggap memiliki ikatan fungsional tertentu.

4. Lini produk

Sekumpulan produk dalam kelas produk yang saling terakait erat, karena fungsinya yang sama atau karena di jual kepada kelompok konsumen yang ada atau karena dipasarkan melalui saluran distribusi yang sama, atau karena berada dalam skala yang sama.

5. Tipe produk

Tipe produk adalah barang atau hal yang berada dalam lini produk dan memiliki bentuk tertentu dari sekian banyak kemungkinan bentuk.

6. Merek

Merek adalah nama yang dapat dihubungkan suatu atau lebih barang atau hal yang melihat dalam lini produk dan digunakan untuk mengenal sumber atau ciri barang hal tersebut.

7. Jenis produk

Jenis produk adalah sesuatu yang khusus di dalam suatu merek atau lini produk yang dapat dibedakan dengan ukuran, harga, penampilan, atau atribut yang lain.

2.1.2.3 Hasil dari Keragaman menu

Keragaman menu yang dihasilkan suatu perusahaan adalah kelengkapan produk yang menyangkut kedalaman, luas dan kualitas produk yang ditawarkan juga ketersediaan produk tersebut setiap saat di toko. Menurut Indrasari (2019:31)

Keragaman menu yang dihasilkan suatu perusahaan memiliki lebar, panjang, kedalaman, dan konsistensi tertentu yaitu :

1. Lebar mengacu pada beberapa banyak lini produk yang berbeda dimiliki perusahaan tersebut.
2. Kedalaman, mengacu pada jumlah seluruh barang pada bauran tersebut.
3. Keluasan, mengacu pada berapa banyak jenis yang ditawarkan masing-masing produk pada lini tersebut
4. Konsistensi bauran produk, mengacu pada seberapa erat hubungan berbagai lini produk dalam penggunaan akhir, ketentuan produksi, saluran distribusi, atau lainnya.

2.1.2.4 Indikator Keragaman menu

Apabila perusahaan ingin mempertahankan keunggulan dalam pasar , perusahaan harus mengerti aspek indikator apa saja yang digunakan oleh konsumen untuk membedakan produk yang di jual perusahaan tersebut dengan produk pesaing. Menurut Indrasari (2019:32) indikator dari keragaman menu yaitu :

1. Ukuran produk yang beragam.
2. Jenis produk yang beragam.
3. Bahan produk yang beragam.
4. Desain produk yang beragam
5. Kualitas produk yang beragam.

2.1.3 Teori Lokasi

2.1.3.1 Pengertian Lokasi

Lokasi merupakan tempat terjadinya kegiatan operasi pada suatu perusahaan. Lokasi memiliki fungsi yang strategis karena dapat mencapai tujuan perusahaan dan dengan letak lokasi yang strategis akan memaksimalkan laba. Menurut Sibarani, dkk (2019:41) lokasi adalah suatu letak atau tempat yang tetap dimana orang bisa berkunjung untuk berbelanja, tempat itu berupa daerah pertokoan atau suatu *stand* atau *counter bark* di dalam maupun diluar gedung. Sedangkan menurut Dewi dan Wahdi (2020:41) lokasi perusahaan adalah suatu tempat dimana perusahaan itu melakukan kegiatan fisik.

Menurut Miftah dan pangiuk (2020:151) lokasi merupakan tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajangkan barang-barang dagangannya. Sedangkan menurut Putra, Maharani dan Soraya (2021:117) lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonomi.

Menurut Indriyani, dkk (2022:65) lokasi adalah suatu keputusan perusahaan untuk menentukan tempat usaha, menjalankan kegiatan usaha atau kegiatan operasional, serta mendistribusikan barang atau jasa yang menjadi kegiatan bisnisnya pada konsumen. Pentingnya lokasi bagi perusahaan atau pengusaha sangat memengaruhi keputusan target pasar dalam memilih keputusan pembeliannya.

Berdasarkan beberapa pendapat ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya.

2.1.3.2 Faktor-faktor Penentuan Lokasi

Pemilihan tempat atau lokasi usaha memerlukan pertimbangan faktor-faktor penentuan lokasi yang cermat. Menurut Sibarani, dkk (2019:42-43) faktor-faktor penentuan lokasi usaha, yaitu :

1. Jumlah penduduk

Kepadatan penduduk menjadi salah satu tolak ukur besarnya potensi usaha yang anda bangun, karena mereka itulah nantinya yang akan membeli produk atau memakai jasa yang anda sediakan.

2. Pendapatan

Setelah mengetahui jumlah penduduk, anda juga harus mengukur penghasilan mereka.

3. Tempat

Ada beberapa tipe tempat yang bisa dipilih untuk usaha anda seperti perumahan, mall, sentra usaha, pinggir jalan dan sebagainya.

4. Kepadatan lalu lintas

Pembeli potensial tidak hanya berasal dari lingkungan sekitar. Pembeli tambahan biasanya datang dari orang yang lalu lalang di depan lokasi.

5. Persaingan

Jika, anda yakin dengan strategi dan produk yang anda miliki mampu mengungguli competitor anda, tentunya tidak akan menjadi masalah.

2.1.3.3 Strategi Memilih Lokasi

Jika lokasi usaha yang dipilih tidak strategis atau salah, maka tingkat kemungkinan transaksi pun akan semakin kecil bahkan bisa mengalami kerugian dan bangkrut. Menurut Ikhlas dan Jahnihirda (2022:11-12) Strategi memilih lokasi usaha, diantaranya :

1. Tingkat kepadatan penduduk sekitar lokasi.
2. Besar pendapatan masyarakat sekitar lokasi.
3. Memperhatikan tingkat keramaian lalu-lalang kendaraan yang lewat.
4. Banyaknya usaha yang mendukung lokasi tersebut.
5. Sesuaikan dana dengan lokasi usaha yang akan dipilih.
6. Pilih lokasi usaha yang tingkat kompetisinya rendah.
7. Perhatikan akses menuju lokasi usaha.
8. Tingkat Keamanan.
9. Tingkat Kebersihan.

2.1.3.4 Jenis- jenis lokasi

Lokasi digunakan untuk berbagai keperluan perusahaan, keputusan penentuan lokasi biasanya juga tergantung pada jenis-jenis lokasi. Menurut Dewi Dan Wahdi (2020:42) jenis-jenis lokasi perusahaan, yaitu :

1. Lokasi perusahaan yang ditetapkan pemerintah

Lokasi ini sudah ditetapkan dan tidak bisa seenaknya membangun perusahaan di luar lokasi yang telah ditentukan.

2. Lokasi perusahaan yang mengikuti sejarah

Lokasi perusahaan yang dipilih biasanya memiliki nilai sejarah tertentu yang dapat memberikan pengaruh pada kegiatan bisnis.

3. Lokasi perusahaan yang mengikuti kondisi alam

Lokasi perusahaan yang tidak bisa dipilih-pilih karena sudah dipilihkan oleh alam.

4. Lokasi perusahaan yang mengikuti faktor-faktor ekonomi

Lokasi perusahaan jenis ini pemilihannya dipengaruhi oleh banyak faktor ekonomi seperti faktor ketersediaan tenaga kerja, faktor kedekatan dengan pasar, ketersediaan bahan baku, dan lain-lain.

2.1.3.5 Indikator Lokasi

Indikator dari lokasi adalah Akses, lokasi yang mudah dilalui atau mudah untuk dijangkau sarana transportasi umum, Visibilitas, dapat dilihat dengan jelas lebih dari jarak pandang normal, Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung tempat usaha. Menurut Miftah dan Pangiuk (2020), Indikator lokasi antara lain yaitu :

1. Akses, misalnya lokasi yang mudah dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi umum.
2. Tempat parkir yang luas dan aman
3. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan referensi beberapa tinjauan penelitian terdahulu yang dapat mendukung penelitian ini seperti pada tabel 2.1 dibawah ini:

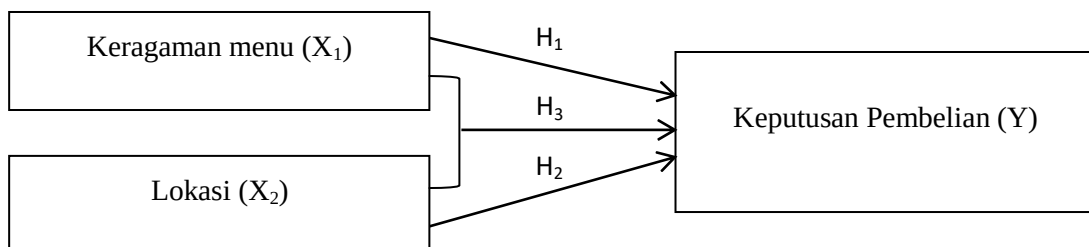
Tabel 2.1
Penelitian terdahulu

No	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1	Elly Rahayu (2018) <i>Journal of Science and Social Research</i> , Vol.1, No.1, 2018. ISSN : 2615-3262 Kisaran	Pengaruh Lokasi, Kelengkapan produk, dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Imam Market di Kisaran	Independen X_1 = Lokasi X_2 = Kelengkapan produk X_3 = Pelayanan Dependen Y= Keputusan Pembelian	Hasil menunjukkan secara parsial maupun simultan Lokasi, Kelengkapan Produk dan Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian
2	Akhmad Husen, Seno Sumowo, Akhmad Fahrur Rozi (2018) Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia, Vol 4, No.2, 2018. ISSN : 2460-9471 Jember	Pengaruh Lokasi, Citra Merek dan <i>World Of Mounth</i> terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie Ayam Solo Bangsal Jember	Independen X_1 = Lokasi X_2 = Citra Merek X_3 = <i>Worl Of Mounth</i> Dependen Y_1 = Keputusan Pembelian Konsumen	Hasil menunjukkan secara parsial maupun simultan Lokasi, Citra Merek, dan <i>World Of Mounth</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen
3	Sheila Azizah, Adhi Prasetyo (2019) Jurnal Manajemen dan Bisnis, Vol.3, No.2, 2019. ISSN : 2655-83327 Bandung	Pengaruh Promosi Penjualan di Instagram, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Kanz <i>Coffe&Eatery</i>)	Independen X_1 = Promosi Penjualan X_2 = Lokasi X_3 = Kualitas Pelayanan Dependen Y= Keputusan Pembelian	Hasil menunjukkan secara parsial maupun simultan Promosi Penjualan, Lokasi dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian

4	Paquita Utami, Saino(2020) Jurnal Pendidikan Tata Niaga, Vol 8, No.1, 2020 ISSN :2337-6078 Surabaya	Pengaruh Desain Produk, Keragaman menu dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada <i>Online Shop</i> Giyomi melalui Shopee	Independen X_1 = Desain Produk X_2 = Keragaman menu X_3 = Harga Dependen Y_1 = Keputusan Pembelian	Hasil menunjukkan secara parsial maupun simultan Desain Produk, Keragaman menu dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
5	Nur Maulidya Riftian, Sugiyono (2021) Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol.10, No.2, 2021. ISSN : 2461-0593 Sidoarjo	Analisa Pengaruh Keragaman Menu, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Usaha Kuliner Manalagi Tropodo	Independen X_1 = Keragaman Menu X_2 = Harga X_3 = Citra Merek Dependen Y_1 = Keputusan Pembelian Konsumen	Hasil menunjukkan secara parsial maupun simultan Keragaman Menu, Harga dan Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Komnsumen.

2.3 Kerangka Konseptual

Berikut kerangka konseptual yang akan digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut :



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual

2.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka konseptual diatas, maka disinyalir sebagai berikut :

- H₁: Terdapat adanya pengaruh Keragaman menu terhadap Keputusan Pembelian pada Warung Dapur Khenan Medan.
- H₂: Terdapat adanya pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Warung Dapur Khenan Medan.
- H₃: Terdapat adanya pengaruh Keragaman menu dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Warung Dapur Khenan Medan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1 Lokasi Penelitian

Lokasi dilakukannya penelitian adalah Warung Dapur Khenan yang beralamat di Jl. Irigasi V gg. Bersama 7 No.2 Medan.

3.1.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian direncanakan dari bulan Oktober 2022 sampai dengan April 2023.

3.2 Jenis dan Sumber Data

3.2.1 Jenis Data

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Menurut Amruddin, dkk (2022:117), data kuantitatif adalah data yang dipaparkan dalam bentuk angka-angka. Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif.

3.2.2 Sumber Data

Sumber data adalah data yang diartikan sebagai kenyataan yang ada yang berfungsi sebagai bahan sumber untuk menyusun suatu pendapat, keterangan yang benar, dan keterangan atau bahan yang dipakai untuk penalaran dan penyelidikan.

Menurut Mubarak, dkk (2022:63) Sumber data adalah segala sesuatu yang diterbitkan oleh badan-badan resmi atau kelompok dan perorangan. Bentuknya dapat berupa grafik, angka, tulisan, atau gambar. Berdasarkan tipenya, sumber

data kependudukan dibagi menjadi dua, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer ialah segala catatan asli atau data yang diperoleh dari Responden secara langsung.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder ialah data yang diperoleh dari sumber resmi, seperti instansi pemerintah atau bisa juga non pemerintah/perorangan.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi Penelitian

Populasi dalam konteks penelitian merupakan objek keseluruhan dalam sebuah penelitian atau dapat dikatakan populasi adalah jumlah keseluruhan dari individu-individu yang karakteristiknya akan diteliti. Populasi itu dapat berupa orang, benda, perusahaan, sampai lembaga yang sifatnya dapat dihitung jumlahnya.

Menurut Azwardi (2018:29), populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Jika subjek dalam populasi heterogen, hasilnya tidak dapat digeneralisasikan. Populasi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat kota medan dan sekitarnya yang memesan makanan dan minuman pada Warung Dapur Khenan Medan yang berjumlah 6.935 yang di dapat rata-rata pelanggan 19 pelanggan di kali dengan 365 hari atau 1 tahun.

3.3.2 Sampel Penelitian

Sampel ialah bagian dari populasi yang menjadi sumber data dalam penelitian, dimana populasi merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Menurut Jaya (2019:10), sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian.

Dikarenakan jumlah populasi yang digunakan adalah sebanyak 6.935 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%)

$$\begin{aligned} n &= \frac{6935}{1+6935(10\%^2)} \\ &= \frac{6935}{1+6935(0,01)} \\ &= \frac{6935}{1+69,35} \\ &= \frac{6935}{70,35} \\ &= 98,57 \end{aligned}$$

Jadi sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 99 responden.

3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian

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
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah sebuah proses yang dilakukan oleh konsumen sebelum akhirnya memutuskan untuk membeli suatu produk atau jasa, keputusan pembelian merupakan tindakan yang dilakukan konsumen untuk melakukan pembelian sebuah produk.	1. Sesuai kebutuhan 2. Mempunyai manfaat 3. Ketetapan dalam membeli produk 4. Pembelian Berulang	Skala <i>Likert</i>
Menurut Gunawan, dkk (2022:10)			
Keragaman menu (X ₁)	Keragaman menu adalah keanekaragaman terhadap produk yang menyangkut pada jenis produk, ketersediaan produk, serta kualitas produk yang ditawarkan kepada konsumen dengan maksud konsumen memiliki beberapa pilihan untuk membeli produk yang diinginkan sesuai dengan kebutuhannya.	1. Ukuran produk yang beragam. 2 .Jenis produk yang beragam. 3 .Bahan produk yang beragam. 4. Desain produk yang beragam 5. Kualitas produk yang beragam.	Skala <i>Likert</i>

Menurut Indrasari
(2019:32)

Lokasi (X ₂)	Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya.	1. Akses, misalnya lokasi yang mudah dilalui atau mudah di jangkau sarana transportasi umum. 2. Tempat parker yang luas dan aman 3. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan.	Skala <i>Likert</i>
-----------------------------	--	--	---------------------

Menurut Miftah dan
Pangiuk (2020)

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah metode yang digunakan untuk mengumpulkan bahan nyata yang digunakan dalam penelitian. Teknik ini perlu langkah yang strategis dan sistematis guna mendapatkan data valid dan sesuai dengan kenyataan. Menurut Herlina (2019:1), dalam setiap penelitian dan riset, data merupakan bagian yang terpenting. Untuk memperoleh dan mengumpulkan data, ada beragam teknik yang bisa dilakukan, salah satunya dengan menggunakan angket atau kuesioner.

Menurut Herlina (2019:8), skala *Likert* merupakan alat untuk mengukur atau mengumpulkan data dengan cara menjawab item butir-butir kuesioner. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur kesetujuan dan ketidaksetujuan seseorang terhadap sesuatu objek yang jenjangnya bisa tersusun sebagai berikut ini :

1. Sangat setuju/baik/suka
2. Setuju/baik/suka
3. Netral antara setuju dan tidak
4. Kurang setuju/baik
5. Sama sekali tidak setuju/buruk/kurang sekali

Metode kepustakaan dilakukan dengan cara mengumpulkan data dan informasi melalui buku-buku, internet, dan skripsi-skripsi yang berkaitan dengan penelitian. Materi wawancara dan kuesioner meliputi pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan sejumlah pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah sebuah proses investigasi, pembersihan, transformasi dan pemodelan data menggunakan tujuan menemukan gosip yang bermanfaat, menginformasikan kesimpulan serta mendukung pengambilan keputusan. Data yang diperoleh perlu di uji ketepatan atau kecermatannya dan keandalannya agar hasil pengolahan data dapat lebih tepat dan akurat. Oleh karena itu, perlu diketahui seberapa tinggi validitas dan realibilitas alat ukur yang

digunakan. Untuk menguji ketetapan dan kehandalan kuisisioner, akan dilakukan *pretest* terhadap 30 responden.

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner. Menurut Fathoroni, dkk (2020:236), uji validitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam suatu mengukur apa yang diukur. Teknik pengujian yang digunakan untuk uji validitas adalah menggunakan korelasi *Bivariate Pearson* diuji dari dua arah dengan signifikansi 0,05. Keputusan uji validitas item responden berdasarkan pada nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = N-2$ dan taraf signifikan sebesar 5%, maka item pernyataan tersebut dikatakan valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Menurut Herlina (2019:60), secara umum pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas dapat menggunakan kategori sebagai berikut:

1. *Cronbach's alpha* $< 0,6$ = reliabilitas buruk.
2. *Cronbach's alpha* $0,6-0,79$ = reliabilitas diterima.

3. *Cronbach's alpha* 0,8 = reliabilitas baik.

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

3.6.3.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal ataukah tidak. Menurut Marsam (2020:129), uji normalitas bisa dilakukan dengan 2 cara yaitu dengan grafik histogram dan *normal probability plot of regression*. Berikut ini dasar pengambilan keputusannya:

1. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka grafik histogramnya dan *normal probability plot of regression* menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh garis diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka grafik histogram *normal probability plot of regression* tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

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.

3.6.3.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas ini dimaksudkan untuk menguji apakah terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna antara variabel bebas atau tidak dalam model regresi. Menurut Trigunawan, dkk (2020:111), tujuan digunakannya uji multikolinieritas adalah untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas atau variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi gejala multikolinieritas.

Menurut Ghodang dan Hantono (2020:47), uji multikolinieritas digunakan untuk melihat hubungan antarvariabel independennya sehingga pada uji regresi linier sederhana tidak menggunakan uji multikolinieritas karena uji regresi sederhana hanya memiliki satu variabel independen. Dasar pengambilan keputusan pada uji multikolinieritas yaitu:

1. Tidak terjadi multikolinieritas apabila nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) lebih kecil dari 10.

2. Terjadi multikolinieritas apabila nilai *tolerance* lebih kecil dari 0,1 dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) lebih besar atau sama dengan 10.

3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Menurut Ansofino, dkk (2016:94), uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah di mana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas. Sedangkan menurut Priyatno (2018:136), heteroskedastisitas adalah keadaan dimana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan lainnya dimana model yang regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

Berbagai macam uji heteroskedastisitas yaitu dengan pengujian *Scatterplots* dimana dilakukan dengan cara melihat titik-titik pola pada grafik menyebar secara acak dan tidak berbentuk pola pada grafik maka dinyatakan telah tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

3.6.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel

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 = Keragaman menu (*independent variabel*)
- X₂ = Lokasi (*independent variabel*)
- a = Konstanta
- b₁, b₂ = Koefisien regresi
- e = Persentase kesalahan (5%)

3.6.5 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Uji parsial T (uji t) yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya. Menurut Ghazali (2013: 98), uji t statistik pada dasarnya menentukan sejauh mana satu variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen ketika semua variabel lainnya dianggap konstan. Tes ini menggunakan ambang signifikansi 0,05 dan desain dua sisi, dengan syarat :

H₀ : β₁ , β₂ , β₃ = 0 : Artinya Keragaman menu ; Lokasi secara parsial tidak

berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Warung

Dapur Khenan Medan.

H_a : β₁ , β₂ , β₃ ≠ 0 : Artinya Keragaman menu ; Lokasi secara parsial

berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Warung Dapur Khenan Medan.

Dalam penelitian ini nilai t hitung akan dibandingkan dengan nilai t tabel, pada tingkat signifikan (α) = 5 %. Kriteria penilaian hipotesis pada uji t ini adalah:

- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak, dan H_a diterima
- b. Jika $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima, dan H_a ditolak

3.6.6 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Uji simultan F (Uji Simultan) digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh secara bersama-sama atau simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Menurut Ghazali (2013:98), uji statistik F menentukan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model berpengaruh terhadap variabel dependen secara simultan. Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh dimensi variabel independen terhadap variabel dependen secara bersamaan. Tes ini memiliki ambang batas signifikansi 0,05. Bentuk pemeriksaannya sebagai berikut :

$H_0 : \beta_1 , \beta_2 , \beta_3 = 0$: Artinya Keragaman menu ; Lokasi secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Warung Dapur Khenan Medan.

$H_a : \beta_1 , \beta_2 , \beta_3 \neq 0$: Artinya Keragaman menu ; Lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Warung Dapur Khenan Medan.

Dalam penelitian ini nilai F hitung akan dibandingkan dengan nilai F tabel, pada tingkat signifikan (α) = 5 %. Kriteria penilaian hipotesis pada uji F ini adalah:

- a. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak, dan H_a diterima
- b. Jika, $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 diterima, dan H_a ditolak

3.6.7 Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien Determinasi (*R-Squared*) adalah uji untuk menjelaskan besaran proporsi variasi dari variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independen. 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 Hasil Penelitian

4.1.1 Sejarah Singkat Warung Dapur Khenan Medan

Warung Dapur Khenan Medan merupakan usaha yang menyediakan berbagai jenis makanan dan minuman yang di jual di Rumah sendiri. Warung Dapur Khenan Medan menawarkan berbagai macam makanan dan minuman meliputi ayam penyet, Ayam kalasan urap, Sayur urap, Ayam geprek, pecal ulek, ifumie goreng/kuah, mie tiaw goreng, mie hun goreng, indomie kuah/goreng, nila urap, lele urap, ikan asin telur, Nasi goreng, Telur urap, Ikan gembung urap, Cah kangkung, Kentang goreng, Tempe goreng, dan teh manis dingin/panas, capucino dingin/panas, luwak white kopi dingin/panas, jus alpukat, jus martabe, jus jeruk, jus buah naga sebagainya. Warung Dapur Khenan Medan ini memiliki konsep seperti rumah makan yang sangat sederhana jauh dari tempat keramaian sehingga kenyamanan saat berkunjung di sukai masyarakat sekitar.

Warung Dapur Khenan Medan berdiri sejak 16 Juni 2017 yang beralamat di Jl. Irigasi V gg.bersama 7 No.2 Medan yang didirikan oleh Ibu Endang Sinaga. Nama Warung Dapur Khenan Medan di ambil dari anak Ibu Endang Sinaga yang memiliki 3 orang anak dan Ibu Endang Sinaga mengambil nama anak terakhirnya yang bernama Khenan.

4.1.2 Visi & Misi Warung Dapur Khenan Medan

4.1.2.1 Visi

Visi merupakan suatu rangkaian kata yang di dalamnya terdapat impian, cita-cita atau nilai inti dari suatu lembaga atau organisasi. Visi dari Warung Dapur Khenan Medan adalah menjadi usaha makanan cepat saji yang dikenal luas oleh masyarakat dengan citra positif sebagai hidangan menyehatkan dan menjadi warung makan yang menghadirkan makanan rumahan berkualitas dan terjamin gizinya.

4.1.2.2 Misi

Misi merupakan suatu langkah ataupun tahapan yang semuanya harus dilalui oleh lembaga yang bersangkutan untuk dapat mencapai visi yang utama. Misi dari Warung Dapur Khenan Medan adalah :

1. Menyediakan menu makanan rumahan yang selalu terjaga kebersihan dan gizinya.
2. Memberikan pelayanan yang cepat agar pelanggan tidak perlu menunggu lama.
3. Menghadirkan pengalaman makan yang hangat seperti di rumah sendiri agar pelanggan merasa betah dan tak ragu untuk datang kembali.

4.2 Karakteristik Responden

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 4.1 sebagai berikut ini :

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-Laki	45	45 %
Perempuan	54	55 %
Jumlah	99	100 %

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan data pada Tabel 4.1 di atas menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan Warung Dapur Khenan Medan memiliki jenis kelamin laki-laki sebanyak 45 orang (45 %) sedangkan berjenis kelamin perempuan sebanyak 54 orang (55%). Jadi yang paling dominan adalah yang berjenis kelamin perempuan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dominan pelanggan yang berkunjung ke Warung Dapur Khenan Medan untuk membeli adalah pelanggan dengan jenis kelamin perempuan.

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Informasi

Karakteristik responden berdasarkan Informasi dapat dilihat pada tabel 4.2 sebagai berikut ini :

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Informasi

Jumlah Pembelian	Frekuensi	Persentase (%)
Rekomendasi	61	61,6 %
Promosi	23	23,2 %
Mencari Sendiri	15	15,2 %
Jumlah	99	100 %

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan data pada Tabel 4.2 di atas menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan Warung Dapur Khenan Medan mendapatkan informasi dari rekomendasi

sebanyak 61 orang (61,6 %), mendapatkan informasi dari promosi sebanyak 23 orang (23,2%). Sedangkan mendapatkan informasi mencari sendiri sebanyak 15 orang (15,2%). Jadi yang paling dominan adalah yang mendapatkan informasi dari rekomendasi. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dominan pelanggan yang berkunjung ke Warung Dapur Khenan Medan untuk membeli adalah pelanggan dengan informasi melalui rekomendasi.

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian

Karakteristik responden berdasarkan jumlah pembelian dapat dilihat pada tabel

4.3 sebagai berikut ini :

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian

Jumlah Pembelian	Frekuensi	Persentase (%)
Sekali sebulan	13	13,1 %
2- 4 kali sebulan	21	21,2 %
Lebih dari 4 kali sebulan	65	65,7 %
Jumlah	99	100 %

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan data pada Tabel 4.3 di atas menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan Warung Dapur Khenan Medan yang membeli sekali sebulan sebanyak 13 orang (13,1 %), sedangkan yang membeli 2 – 4 kali sebulan sebanyak 21 orang (21,2%) dan yang membeli lebih dari 4 kali sebulan sebanyak 65orang (65,7%) . Jadi yang paling dominan adalah yang membeli lebih daru 4 kali sebulan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dominan pelanggan yang berkunjung ke Warung

Dapur Khenan Medan untuk membeli adalah pelanggan yang membeli lebih dari 4 kali sebulan.

4.2.4 Uji Validitas dan Reliabilitas

4.2.4.1 Uji Validitas

Suatu instrumen pengukur dikatakan memiliki validitas tinggi apabila instrumen menjalankan fungsi ukurnya atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran. Sedangkan tes yang memiliki validitas rendah akan menghasilkan data yang tidak relevan dengan tujuan pengukuran.

Menurut Herlina (2019:58), 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 r_{tabel} pada tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi. Jika nilai positif dan $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$, item dapat dinyatakan valid dan sebaliknya Jika nilai $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$, 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 4.4, 4.5, dan 4.6 dibawah ini :

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Variabel Keragaman Menu (X1)

No	Pernyataan	Nilai <i>Corrected</i>	Nilai Batas	Keterangan
		<i>Item-Total</i> <i>Correlation</i>	Minimal Korelasi	
1	Keragaman menu makanan dan minuman yang ditawarkan beragam	0,389	0,361	Valid
2	Ukuran pada produk makanan dan minuman memiliki banyak variasi yang menarik.	0,715	0,361	Valid
3	Warung Dapur Khenan Medan memiliki jenis produk yang beragam.	0,658	0,361	Valid
4	Dengan jenis produk yang beragam yang ada ketertarikan konsumen untuk membeli di Warung Dapur Khenan Medan	0,531	0,361	Valid
5	Warung Dapur Khenan Medan memiliki bahan makanan dan minuman yang berkualitas.	0,522	0,361	Valid
6	Bahan yang di gunakan segar segar dan bersih.	0,595	0,361	Valid
7	Warung Dapur Khenan Medan memiliki desain produk yang beragam.	0,543	0,361	Valid
8	Dengan desain produk yang beragam membuat konsumen tertarik untuk membeli di			

	Warung Dapur Khenan Medan	0,807	0,361	Valid
9	Warung Dapur Khenan Medan memiliki bahan makanan dan minuman yang berkualitas.	0,700	0,361	Valid
10	Kualitas produk yang bersih dan higienis.	0,432	0,361	Valid

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Dari Tabel 4.4 di atas menunjukkan bahwa berdasarkan hasil uji validitas untuk variabel Personal Selling menunjukkan semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari nilai batas minimal korelasi dengan nilai $df = 30 - 2 = 28$, dan nilai $r_{tabel} = 0,361$ sehingga diperoleh hasil bahwa semua pernyataan dalam kuesioner adalah valid.

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi (X2)

No	Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Nilai Batas Minimal Korelasi	Keterangan
1	Warung Dapur Khenan Medan memiliki akses jalan yang mudah di jangkau.	0,402	0,361	Valid
2	Konsumen merasa mudah saat ingin berkunjung pada Warung Dapur Khenan Medan dengan Akses jalan yang luas.	0,737	0,361	Valid

3	Warung Dapur Khenan Medan menyediakan tempat parkir yang luas bagi konsumennya.	0,677	0,361	Valid
4	Tempat parkir Warung Dapur Khenan Medan terjaga dengan aman sehingga membuat konsumen nyaman.	0,713	0,361	Valid
5	Warung Dapur Khenan Medan memiliki lingkungan yang bersih dan meja yang tertera dengan rapi.	0,803	0,361	Valid
6	Kondisi lingkungan Warung Dapur Khenan Medan membuat konsumen nyaman berkunjung.	0,604	0,361	Valid

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Dari Tabel 4.5 di atas menunjukkan bahwa berdasarkan hasil uji validitas untuk variabel Personal Selling menunjukkan semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari nilai batas minimal korelasi dengan nilai $df = 30 - 2 = 28$, dan nilai $r_{tabel} = 0,361$ sehingga diperoleh hasil bahwa semua pernyataan dalam kuesioner adalah valid.

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Nilai Batas Minimal Korelasi	Keterangan
1	Konsumen melakukan pembelian karena produk yang ditawarkan sesuai	0,547	0,361	Valid

dengan kebutuhan.

2	Konsumen mempercayai sajian makanan yang ditawarkan oleh Warung Dapur Khenan Medan.	0,606	0,361	Valid
3	Produk yang dibeli konsumen sangat berarti dan bermanfaat bagi konsumen.	0,669	0,361	Valid
4	Konsumen hanya ingin membeli produk dari Warung Dapur Khenan Medan	0,684	0,361	Valid
5	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk dan sesuai dengan keinginan konsumen.	0,682	0,361	Valid
6	Lokasi yang mudah diakses dan kualitas produk yang baik membuat konsumen menetapkan diri membeli di Warung Dapur Khenan Medan.	0,671	0,361	Valid
7	Konsumen berminat untuk berkunjung kembali ke Warung Dapur Khenan Medan	0,846	0,361	Valid
8	Konsumen yang merasa puas akan kembali melakukan pembelian secara rutin.	0,563	0,361	Valid

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Dari Tabel 4.6 di atas menunjukkan bahwa berdasarkan hasil uji validitas untuk variabel Personal Selling menunjukkan semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari nilai batas minimal korelasi dengan nilai $df = 30 - 2 = 28$, dan nilai $r_{tabel} = 0,361$ sehingga diperoleh hasil bahwa semua pernyataan dalam kuesioner adalah valid.

4.2.4.2 Uji Reliabilitas

Menurut Priyatno (2018:25), uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui kehandalan atau konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner. Maksudnya, apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali. Metode yang secara umum sering digunakan dalam penelitian untuk mengukur skala rentangan adalah *Cronbach Alpha*.

Menurut Herlina (2019:60), secara umum pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas dapat menggunakan kategori sebagai berikut :

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

Hasil uji reliabilitas variabel Keragaman Menu dapat dilihat pada tabel 4.7 di bawah ini :

Tabel 4.7
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keragaman Menu (X₁)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.796	10

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan Tabel 4.7 di atas, maka dapat dinyatakan bahwa dari kesepuluh butir item untuk variabel Keragaman Menu (X_1) sebesar 0,796 sehingga reliabilitas variabel ini dapat dikategorikan diterima.

Hasil uji reliabilitas variabel Promosi dapat dilihat pada tabel 4.8 di bawah ini:

Tabel 4.8
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Lokasi (X_2)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.735	6

Sumber : Hasil Olah Data, 202

Berdasarkan Tabel 4.8 di atas, maka dapat dinyatakan bahwa dari keenam butir item untuk variabel Lokasi (X_2) sebesar 0,735 sehingga reliabilitas variabel ini dapat dikategorikan diterima.

Hasil uji reliabilitas variabel Keputusan Pembelian dapat dilihat pada tabel 4.9 di bawah ini :

Tabel 4.9
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.807	8

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan Tabel 4.9 di atas, maka dapat dinyatakan bahwa dari kedelapan

butir item untuk variabel Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,807 sehingga reliabilitas variabel ini dapat dikategorikan baik.

4.2.5 Uji Asumsi Klasik

4.2.5.1 Uji Normalitas

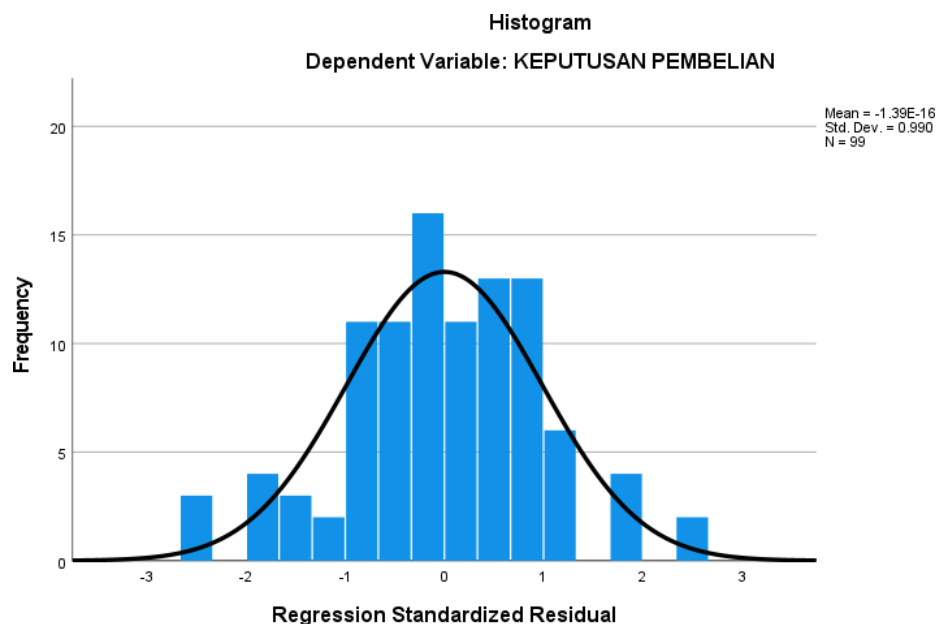
Uji normalitas residual digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki residual yang terdistribusi secara normal. Beberapa metode uji normalitas yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik Histogram, *Normal Probability Plot of Regression* atau dengan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov*. Berikut ini pembahasannya :

1. Analisis grafik.

Menurut Priyatno (2018:127), uji normalitas residual dengan metode grafik yaitu dengan melihat penyebaran data pada grafik Histogram dan *Normal Probability Plot of Regression*.

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 pada gambar 4.1 berikut ini :



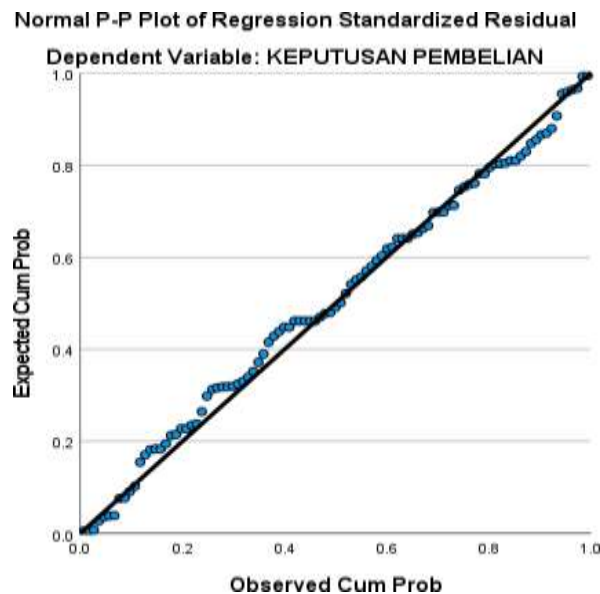
Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Gambar 4.1
Grafik Histogram

Pada penelitian ini sudah mengikuti garis kurva berbentuk lonceng sehingga data telah berdistribusi dengan normal. Dari Gambar 4.2 di atas dapat dilihat bahwa data telah berdistribusi normal. Hal ini dapat dilihat dari grafik histogram yang menunjukkan bahwa kurva *regression standardized residual* membentuk gambar seperti lonceng, jadi ini membuktikan bahwa pola data yang digunakan

b. *Output Normal Probability Plot of Regression*

Output Normal Probability Plot of Regression menjelaskan grafik data dalam melihat distribusi data normal atau tidak dengan pengukuran jika bentuk grafik *Normal Probability Plot of Regression* mengikuti garis diagonal normal maka data akan dianggap berdistribusi secara normal. Hasil pengujian analisis normal P-P plot dapat dilihat pada gambar 4.2 berikut ini:



Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Gambar 4.2
Normal Probability Plot of Regression

Pada Gambar 4.2 di atas dapat dilihat bahwa data (titik) menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Hal ini sejalan dengan hasil pengujian menggunakan histogram bahwa telah terdistribusi normal

2. Uji statistik

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

- a) Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka data berdistribusi normal.
- b) Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka data tidak berdistribusi normal.

Hasil pengujian statistik *One Sample Kolmogorv-Smirnov* dapat dilihat pada tabel 4.10 di bawah ini :

Tabel 4.10
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Standardized Residual
N		99
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.83298376
Most Extreme Differences	Absolute	.059
	Positive	.047
	Negative	-.059
Kolmogorov-Smirnov Z		.059
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^d

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Pada Tabel 4.10 di atas, diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal.

4.2.5.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas adalah adanya suatu hubungan linier yang sempurna antara beberapa atau semua variabel independen.

Menurut Priyatno (2018:134), multikolinieritas adalah keadaan pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna antarvariabel independen dimana model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna diantara variabel bebas.

Menurut Priyatno (2018:134), metode uji multikolinieritas yang umum digunakan yaitu dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) pada model regresi dimana nilai VIF kurang dari 10 dan mempunyai angka *Tolerance* lebih dari 0,1.

Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. *Tolerance* mengukur variabilitas bebas yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi syarat untuk melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) pada model regresi apabila :

1. Nilai $VIF < 10$ dan $tolerance > 0,1$ maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.
2. Nilai $VIF > 10$ dan $tolerance < 0,1$ maka dinyatakan terjadi multikolinieritas.

Hasil untuk pengujian multikolinieritas dapat dilihat pada tabel 4.11 di bawah ini :

Tabel 4.11
Hasil Pengujian Multikolinieritas
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Keragaman Menu	.781	1.281
Lokasi	.781	1.281

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Pada Tabel 4.11 di atas dapat dilihat bahwa nilai korelasi untuk variabel Keragaman Menu dan Lokasi mempunyai nilai *tolerance* (0,781) > 0,10 dan nilai VIF (1,281) < 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Keragaman Menu dan Lokasi tidak terdapat adanya gejala multikolinieritas.

4.2.5.3 Uji Heteroskedastisitas

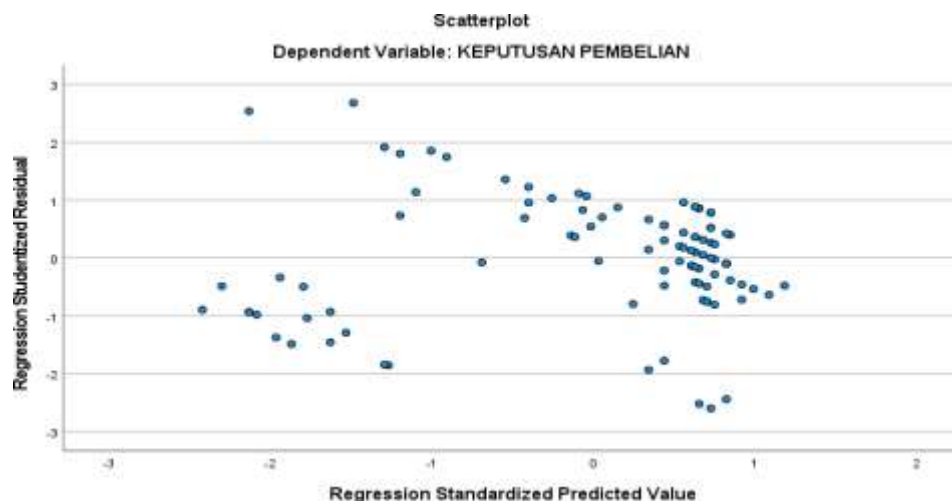
Menurut Priyatno (2018:136), heteroskedastisitas adalah keadaan dimana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan lainnya dimana model yang regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

Berbagai macam uji heteroskedastisitas yaitu dengan pengujian *Scatterplots* dimana dilakukan dengan cara melihat titik-titik pola pada grafik menyebar secara acak dan tidak berbentuk pola pada grafik maka dinyatakan telah tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Ada beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas. Melihat Grafik Plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah di prediksi, dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di *studentized*. Dasar analisis sebagai berikut:

- Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik – titik menyebar diatas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil pengujian menggunakan metode grafik *scatterplot* dapat dilihat pada gambar 4.3 di bawah ini :



Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Gambar 4.3
Grafik Scatterplot

Berdasarkan Gambar 4.3 terlihat titik-titik secara acak atau tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas secara tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu *Regeression Studentized Residual* (Y). Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedasitas pada model regresi sehingga model regresi ini layak digunakan untuk memprediksi Keputusan Pembelian berdasarkan Keragaman Menu dan Lokasi.

4.2.6 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Priyatno (2018:107), analisis regresi berganda adalah anailisis untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan secara parsial atau simultan antara dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel independen. Tujuan digunakan analisis regresi berganda pada penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian (*dependent variabel*)

X₁ = Keragaman Menu (*independent variabel*)

X₂ = Lokasi (*independent variabel*)

a = Konstanta

b₁, b₂ = Koefisien regresi

e = Persentase kesalahan (5%)

Hasil untuk pengujian analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel 4.12 di bawah ini :

Tabel 4.12
Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	8.836	2.198		4.020	.000		
Keragaman Menu	.387	.053	.576	7.233	.000	.781	1.281
Lokasi	.289	.094	.245	3.071	.003	.781	1.281

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Pada Tabel 4.12 diatas, diketahui pada *Unstandardized Coefficeints* bagian B diperoleh persamaan regresi linear berganda yaitu dengan rumus berikut:

$$\text{Keputusan Pembelian} = 8.836 + 0,387 \text{ Keragaman Menu} + 0,289 \text{ Lokasi} + e$$

Persamaan di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Konstanta (a) = 8.836 menunjukkan nilai konstanta, jika nilai variabel bebas (X_1) yaitu Keragaman Menu dan variable (X_2) yaitu Lokasi bernilai nol maka Tingkat Keputusan Pembelian adalah tetap sebesar 8.836 satuan.
2. Koefisien $X_1(b_1) = 0,387$ menunjukkan bahwa variabel Keragaman Menu (X_1) berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian sebesar 0,387. Artinya setiap peningkatan Keragaman Menu (X_1) sebesar 1 satuan, maka tingkat Keputusan Pembelian akan mengalami peningkatan sebesar 0,387 satuan.
3. Koefisien $X_2(b_2) = 0,289$ menunjukkan bahwa variabel Lokasi (X_2) berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian sebesar 0,289. Artinya setiap peningkatan

Lokasi (X_2) sebesar 1 satuan, maka tingkat Keputusan Pembelian akan mengalami peningkatan sebesar 0,289 satuan.

4.2.7 Pengujian Hipotesis

4.2.7.1 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Menurut Priyatno (2018:121), uji t atau uji koefisien regresi secara parsial digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Dalam hal ini, untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen (Keragaman Menu dan Lokasi) berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen (Keputusan Pembelian).

Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut :

1. $H_0 : b_1, b_2 = 0$, Artinya Keragaman Menu, Lokasi secara parsial tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Warung Dapur Khenan Medan.
2. $H_a : b_1, b_2 \neq 0$, Artinya Keragaman menu, Lokasi secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Warung Dapur Khenan Medan.

Dalam penelitian ini nilai t_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} , pada tingkat signifikan (α) = 5%.

Apabila : $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Apabila : $- t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Penentuan dalam menentukan nilai t_{tabel} , maka diperlukan adanya derajat bebas, dengan rumus : $df = n - k = 99 - 3 = 96$ sebesar 1.985.

Hasil untuk pengujian parsial (uji-t) dapat dilihat pada tabel 4.13 di bawah ini:

Tabel 4.13
Hasil Pengujian Parsial (Uji-t)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8.836	2.198		4.020	.000
Keragaman Menu	.387	.053	.576	7.233	.000
Lokasi	.289	.094	.245	3.071	.003

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

H_1 : Terdapat adanya pengaruh Keragaman Menu terhadap Keputusan Pembelian pada Warung Dapur Khenan Medan.

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 4.13 di atas menunjukkan bahwa variabel Keragaman Menu memiliki koefisien regresi sebesar 0,387 yang menunjukkan arah koefisien regresi positif. Hal ini berarti Keragaman Menu memberikan pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian. Nilai t_{hitung} (7,233) > t_{tabel} (1.985), hal ini dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak, H_a diterima. Nilai signifikansi variabel Keragaman Menu sebesar $0,000 < 0,05$, hal ini dapat dikatakan bahwa Keragaman Menu signifikan. Berdasarkan hasil pengujian, dapat disimpulkan bahwa

Keragaman Menu berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis satu (H_1) didukung.

H_2 : Terdapat adanya Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Warung Dapur Khenan Medan

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 4.13 di atas menunjukkan bahwa variabel Lokasi memiliki koefisien regresi sebesar 0,289 yang menunjukkan arah koefisien regresi positif. Hal ini berarti Lokasi memberikan pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian. Nilai t_{hitung} (3,071) > t_{tabel} (1.985), hal ini dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak, H_a diterima sehingga Lokasi secara parsial berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian. Nilai signifikansi variabel Lokasi sebesar 0,003 < 0,05, hal ini dapat dikatakan bahwa Lokasi signifikan. Berdasarkan hasil pengujian, dapat disimpulkan bahwa Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis dua (H_2) didukung.

4.2.7.2 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Menurut Priyatno (2018:119), uji F atau uji koefisien regresi digunakan untuk mengetahui apakah secara simultan variabel independen (Keragaman Menu dan Lokasi) berpengaruh secara simultan variabel bebas berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel terikat.

Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut :

$H_0: b_1, b_2 = 0$, Artinya Kergaman Menu dan Lokasi secara simultan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Warung Dapur Khenan Medan.

$H_a: b_1, b_2 \neq 0$, Artinya Keragaman Menu dan Lokasi secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Warung Dapur Khenan Medan.

Kriteria pengujian adalah sebagai berikut :

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Untuk menentukan nilai F_{tabel} diperoleh dari tabel F dengan cara :

$F_{tabel} = F_{(\alpha)(df \text{ penyebut} = n-k)(df \text{ pembilang}=m)}$ dimana k adalah semua variabel, dan m adalah variabel bebas. Dalam penelitian ini dengan sampel 99 dan $\alpha = 0,05$ sehingga $F_{tabel} = F_{(0,05)(96,2)}$ diperoleh sebesar 3,09.

Hasil untuk pengujian simultan (Uji-F) dapat dilihat pada tabel 4.14 di bawah ini :

Tabel 4.14
Hasil Pengujian Simultan (Uji-F)
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1585.843	2	792.922	52.869	.000 ^b
Residual	1439.793	96	14.998		
Total	3025.636	98			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Keragaman Menu, Lokasi

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

H₃ : Terdapat Adanya pengaruh Keragaman Menu dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Warung Dapur Khenan Medan.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara simultan dengan menggunakan uji-F, diketahui bahwa nilai F_{hitung} (52,869) > F_{tabel} (3,09) dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Keragaman Menu dan Lokasi secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada Warung Dapur Khenan Medan. Berdasarkan hasil pengujian, dapat disimpulkan bahwa Keragaman Menu dan Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis dua (H₃) didukung.

4.2.8 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.

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.

Hasil untuk pengujian koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 4.15 di bawah ini :

Tabel 4.15
Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.724 ^a	.524	.514	3.873

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Keragaman Menu

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Hasil perhitungan diketahui bahwa koefisien determinasi R Square yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen adalah 0,524. Hal ini menunjukkan bahwa 52% Keputusan Pembelian pada Warung Dapur Khenan Medan dipengaruhi oleh variabel Keragaman Menu dan Lokasi, sedangkan sisanya yaitu 48% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.3 Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dalam pembahasan ini peneliti akan membahas mengenai :

1. Pengaruh Keragaman Menu Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial dengan menggunakan uji-t, diketahui bahwa variabel Keragaman Menu memiliki nilai t_{hitung} (7.233) > t_{tabel} (1.985) sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Warung Dapur Khenan Medan.

Hasil penelitian ini menunjukkan dengan keragaman menu yang diperjualbelikan Warung Dapur Khenan Medan sehingga dengan keragaman menu dapat mempengaruhi persepsi konsumen dan akhirnya memengaruhi keputusan pembelian mereka. Keragaman menu yang luas dan memenuhi kebutuhan konsumen dapat meningkatkan peluang konsumen untuk membeli.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Paquita Utami, Saino (2020) dengan judul Pengaruh Desain Produk, Keragaman Menu dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada *Online Shop* Giyomi Melalui shopee yang mengutarakan bahwa Keragaman Menu berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

2. Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial dengan menggunakan uji-t, diketahui bahwa variabel Promosi memiliki nilai t_{hitung} (3,071) > t_{tabel} (1.985) sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Warung Dapur Khenan Medan.

Hasil penelitian ini menunjukkan dengan Lokasi perusahaan memiliki akses jalan yang mudah di jangkau oleh konsumen untuk membeli di Warung Dapur Khenan Medan. Lokasi yang mudah di jangkau dapat mempermudah konsumen saat berkunjung di Warung Dapur Khenan Medan. Warung Dapur Khenan Medan berkomitmen bahwa dengan lokasi yang mudah di jangkau akhirnya memengaruhi keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Elly Rahayu (2018) dengan judul Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, dan pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Imam Market di Kisaran. yang mengutarakan bahwa Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

3. Pengaruh Keragaman Menu Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan uji F, diketahui bahwa variabel Keragaman Menu dan Lokasi memiliki nilai $F_{hitung} (52,869) > F_{tabel} (4,81)$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa Keragaman Menu dan Lokasi terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada Warung Dapur Khenan Medan.

Hasil penelitian ini sejalan teori pemasaran yang menyatakan bahwa konsumen cenderung memilih keragaman menu yang luas dan lokasi yang mudah di jangkau.

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL DAN SARAN AKADEMIS

5.1 Kesimpulan

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

1. Hasil uji-t menunjukkan bahwa secara parsial Keragaman Menu memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Warung Dapur Khenan Medan.
2. Hasil uji-t menunjukkan bahwa secara parsial Lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Warung Dapur Khenan Medan.
3. Hasil uji F menunjukkan bahwa Keragaman Menu dan Lokasi secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Warung Dapur Khenan Medan. Nilai *R Square* (R^2) atau koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,524 artinya variabel Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh Keragaman Menu dan Lokasi sebesar 52,4%.

5.2 Implementasi Manajerial

Berdasarkan analisa yang telah penulis lakukan, maka didapatkan hasil implikasi yang dapat diberikan kepada perusahaan sebagai berikut :

1. Keragaman Menu Warung Dapur Khenan Medan perlu diperhatikan antara lain :
 - a. Warung Dapur Khenan Medan memiliki Keragaman Menu yang mampu mengimbangi pasar yang ada dan seharusnya diperhatikan seberapa sering pelanggan melirik menu-menu yang ada pada Warung Dapur Khenan Medan dan mampu membuat calon pelanggan untuk membeli.
 - b. Warung Dapur Khenan Medan memiliki Keragaman Menu yang baru agar bagian penjualan menanyakan apa yang menjadi keluhan dan kendala kepada pelanggan agar dapat mendorong konsumen melakukan pembelian ulang.
2. Warung Dapur Khenan Medan harus lebih memperhatikan Lokasi dalam meningkatkan Keputusan Pembelian, antara lain :
 - a. Untuk pelayanan Warung Dapur Khenan Medan harus terus meningkatkan pelayanan misalnya meningkatkan keramahan terhadap pelanggannya.
 - b. Warung Dapur Khenan Medan seharusnya meningkatkan komunikasi dan Promosi melalui media sosial supaya pelosok-pelosok desa tau agar meningkatkan Keputusan Pembelian.

5.3 Saran Akademis

Saran-saran yang dapat diberikan kepada akademis adalah :

- a. Menambah Variabel Penelitian

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau ingin melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk dapat meneruskan penelitian dengan mencari variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian pada Warung Dapur Khenan Medan selain variabel Keragaman Menu dan Lokasi, misalkan harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan.

b. Perluasan Cakupan Geografis

Salah satu keterbatasan dalam penelitian ini adalah responden yang kurang beragam karena sampel hanya diambil dari satu tempat saja yaitu Warung Dapur Khenan Medan. Selanjutnya diharapkan penelitian berikutnya mampu memperluas cakupan wilayahnya.

c. Menambah Jumlah Responden

Sehubung keterbatasan waktu, tenaga dan biaya. Penelitian ini hanya mengambil 99 responden sebagai sampel. Dengan demikian, untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk meningkatkan jumlah responden sehingga dapat mewakili keadaan yang sebenarnya.

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.
- Gultom, P. (2020). Pengaruh Ekuitas Merek, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Quality Fried Chicken Jalan Ismailiyah 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., Januarty, 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.
- 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).

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.

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.

Rezeki, S. (2024). Pengaruh Promosi Penjualan dan Persediaan Terhadap Volume Penjualan Pada PT Kingled Indonesia. *Senashtek 2024*, 2(1), 351-358.

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., 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., 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.
- Siagian, F. V., & Rinaldi, M. (2020). Analisis Kinerja Keuangan Dengan Menggunakan Metode RGEC Pada Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Akuntansi*, 6(1), 73-87.
- Siagian, Y., & Sinaga, H. D. E. (2021). Penerapan E-CRM Penjualan Sapi di Gapoktan Bina Tani Kepenghuluan Sintong. *J-SAKTI (Jurnal Sains Komputer dan Informatika)*, 5(2), 1113-1121.
- Siagian, Y., & Sinaga, H. D. E. (2021). Penerapan E-CRM Penjualan Sapi di Gapoktan Bina Tani Kepenghuluan Sintong. *J-SAKTI (Jurnal Sains Komputer dan Informatika)*, 5(2), 1113-1121.
- 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.
- Siringoringo, M. J. B., Nasution, M. H., Firmansyah, E., Sitorus, S. A., & Loo, P. (2022). MODAL KERJA, ASET DAN SUKU BUNGA TERHADAP PERUBAHAN LABA PADA PT. SANFREMY PRATAMA MEDAN. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(03), 63-75.
- 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.
- 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.
- Wahyuni, P., Rinaldi, M., & Saputra, A. E. (2022). The Effect of Accounting Information Systems And Internal Audits on Internal Control at PT. Sierra Mandiri Distribusindo. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 1673-1679.

Lampiran 1

KUESIONER

PENGARUH KERAGAMAN MENU DAN LOKASI

TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

PADA WARUNG DAPUR KHENAN

MEDAN

Responden yang terhormat,

Saya mohon kesediaan Anda untuk menjawab pertanyaan maupun pernyataan pada lembar kuesioner penelitian ini. Informasi yang Anda berikan adalah sebagai data penelitian dalam rangka penyusunan Skripsi. Atas waktu dan kesediaan Anda dalam mengisi kuesioner, saya mengucapkan banyak terima kasih.

I. IDENTITAS RESPONDEN

Jenis Kelamin: ☐ Laki-Laki

☐ Perempuan

Informasi Warung Dapur Khenan : ☐ Rekomendasi

Medan ☐ Promosi

☐ Mencari Sendiri

Frekuensi Pembelian: ☐ Sekali Sebulan

☐ 2 – 4 Kali Sebulan

☐ Lebih Dari 4 Kali Sebulan

II. Petunjuk dalam pengisian kuesioner:

Berilah tanda silang (X) pada salah satu alternatif jawaban pada kolom yang tersedia untuk jawaban yang paling tepat menurut persepsi Anda. Keterangan mengenai skor penilaian adalah:

SS	= Sangat Setuju	= Skor 5
S	= Setuju	= Skor 4
RR	= Ragu-Ragu	= Skor 3
TS	= Tidak Setuju	= Skor 2
STS	= Sangat Tidak Setuju	= Skor 1

Variabel X₁ (Keragaman menu)

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
-----	------------	----	---	----	----	-----

Ukuran produk yang beragam

- 1 Keragaman menu makanan dan minuman yang ditawarkan beragam.
- 2 Ukuran pada produk makanan dan minuman memiliki banyak variasi yang menarik.

Jenis produk yang beragam

- 3 Warung Dapur Khenan Medan memiliki jenis produk yang beragam.
- 4 Dengan jenis produk yang beragam yang ada ketertarikan konsumen untuk membeli di Warung Dapur Khenan Medan

Bahan produk yang beragam

- 5 Warung Dapur Khenan Medan memiliki bahan makanan dan minuman yang berkualitas.
- 6 Bahan yang di gunakan segar segar dan bersih.

Desain produk yang beragam

- 7 Warung Dapur Khenan Medan memiliki desain produk yang beragam.
Dengan desain produk yang beragam membuat
- 8 konsumen tertarik untuk membeli di Warung Dapur Khenan Medan

Kualitas produk yang beragam

- 9 Warung Dapur Khenan Medan memiliki bahan makanan dan minuman yang berkualitas.
- 10 Kualitas produk yang bersih dan higienis.

Variabel X₂ (Lokasi)

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
-----	------------	----	---	----	----	-----

Akses

- 1 Warung Dapur Khenan Medan memiliki akses jalan yang mudah di jangkau.
- 2 Konsumen merasa mudah saat ingin berkunjung pada Warung Dapur Khenan Medan dengan Akses jalan yang luas.

Tempat Parkir

- 3 Warung Dapur Khenan Medan menyediakan tempat paker yang luas bagi konsumennya.
- 4 Tempat paker Warung Dapur Khenan Medan terjaga dengan aman sehingga membuat konsumen nyaman.

Lingkungan

- 5 Warung Dapur Khenan Medan memiliki lingkungan yang bersih dan meja yang tertera dengan rapi.
- 6 Kondisi lingkungan Warung Dapur Khenan Medan membuat konsumen nyaman berkunjung.

Variabel Y (Keputusan Pembelian)

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
-----	------------	----	---	----	----	-----

Sesuai kebutuhan

- 1 Konsumen melakukan pembelian karena produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan.
- 2 Konsumen mempercayai sajian makanan yang ditawarkan oleh Warung Dapur Khenan Medan.

Mempunyai manfaat

- 3 Produk yang dibeli konsumen sangat berarti dan bermanfaat bagi konsumen.
- 4 Konsumen hanya ingin membeli produk dari Warung Dapur Khenan Medan

Ketetapan dalam membeli produk

- 5 Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk dan sesuai dengan keinginan konsumen.
- 6 Lokasi yang mudah diakses dan kualitas produk yang baik membuat konsumen menetapkan diri membeli di Warung Dapur Khenan Medan.

Pembelian Berulang

- 7 Konsumen berminat untuk berkunjung kembali ke Warung Dapur Khenan Medan
- 8 Konsumen yang merasa puas akan kembali melakukan pembelian secara rutin.

Lampiran 2 : Tabulasi Data Uji Validitas dan Reliabilitas

No	Variabel Keragaman Menu										Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	
1	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	33
2	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	43
3	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	43
4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	46
5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	44
6	4	4	5	5	3	4	5	4	4	5	43
7	5	3	4	3	3	4	3	5	4	4	38
8	5	5	5	3	4	3	4	4	3	2	38
9	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	40
10	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	43
11	5	4	5	5	5	4	4	3	4	4	43
12	3	4	4	5	5	5	4	4	3	5	42
13	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	47
14	3	4	4	5	5	4	3	3	3	4	38
15	4	3	3	5	3	5	5	5	4	5	42
16	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	47
17	4	4	5	5	4	5	3	3	5	2	40
18	4	4	5	5	5	5	3	3	5	1	40
19	4	2	3	1	4	2	5	2	1	5	29
20	3	5	5	4	5	5	5	5	4	5	46
21	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	48
22	4	3	2	3	4	5	2	1	4	2	30
23	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	47
24	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	46
25	3	2	4	4	3	2	4	1	3	3	29
26	5	2	3	4	4	3	3	2	3	4	33
27	4	4	3	4	5	3	4	4	3	4	38
28	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	44
29	5	4	4	5	4	4	3	3	2	1	35
30	3	4	3	4	3	3	3	4	5	4	36

No	Variabel Lokasi						Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
1	2	3	3	2	2	3	15
2	5	5	5	4	4	4	27
3	4	4	3	4	4	4	23
4	4	3	2	3	2	3	17
5	4	4	3	4	4	4	23
6	5	4	4	3	4	3	23
7	4	5	5	4	4	4	26
8	4	4	5	5	4	3	25
9	4	5	4	3	4	4	24
10	5	5	4	4	3	3	24
11	4	5	5	5	4	4	27
12	5	4	4	3	4	4	24
13	5	5	4	4	3	4	25
14	4	5	4	4	5	4	26
15	4	3	3	2	2	1	15
16	4	4	3	2	2	1	16
17	5	4	3	2	2	2	18
18	4	3	4	4	3	2	20
19	4	5	3	3	2	4	21
20	4	4	5	3	3	2	21
21	3	4	4	3	2	3	19
22	4	3	2	1	3	4	17
23	5	4	3	4	3	2	21
24	5	3	3	4	3	3	21
25	3	4	4	5	3	2	21
26	4	3	4	3	3	3	20
27	3	4	4	3	2	3	19
28	5	4	3	2	4	3	21
29	4	5	3	4	4	2	22
30	4	4	4	3	3	5	23

No	Variabel Keputusan Pembelian								Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	
1	4	4	5	4	3	3	4	4	31
2	4	4	5	4	4	4	4	5	34
3	3	2	2	3	3	3	3	2	21
4	5	5	4	4	3	3	4	4	32
5	4	4	4	3	3	4	4	5	31
6	3	4	4	2	5	4	3	2	27
7	5	4	3	1	4	3	4	4	28
8	4	5	5	3	2	4	4	3	30
9	3	3	4	4	4	3	2	2	25
10	5	4	4	3	3	1	1	3	24
11	3	2	4	4	3	5	4	3	28
12	4	5	4	4	3	3	4	3	30
13	5	3	4	4	3	3	4	2	28
14	5	5	4	4	3	4	4	3	32
15	3	3	4	5	4	5	3	2	29
16	4	4	5	3	4	4	5	3	32
17	3	4	5	4	3	4	4	5	32
18	5	4	4	3	2	2	3	4	27
19	4	4	5	4	3	2	4	3	29
20	4	5	5	5	3	3	2	4	31
21	4	3	3	4	2	4	5	3	28
22	5	4	5	3	3	2	3	3	28
23	4	4	5	3	4	3	2	3	28
24	5	4	4	4	3	4	2	4	30
25	4	3	3	3	4	5	3	4	29
26	3	4	4	5	4	3	1	2	26
27	4	4	2	5	5	3	4	5	32
28	5	4	4	2	5	5	4	3	32
29	4	4	3	3	4	5	3	3	29
30	3	3	4	5	5	3	3	4	30

Lampiran 3 : Hasil Analisis Data Validitas Keragaman Menu (X1)

Correlations												
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	TotalX1
P1	Pearson Correlation	1	0,208	0,303	-0,003	0,152	0,094	0,202	0,291	0,224	-0,035	.389*
	Sig. (2-tailed)		0,271	0,104	0,987	0,422	0,620	0,285	0,119	0,234	0,854	0,033
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	0,208	1	.584**	.365*	.438*	.425*	.368*	.638**	.499**	0,016	.715**
	Sig. (2-tailed)	0,271		0,001	0,047	0,015	0,019	0,045	0,000	0,005	0,933	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	0,303	.584**	1	.362*	.364*	0,288	.368*	.401*	.393*	-0,016	.658**
	Sig. (2-tailed)	0,104	0,001		0,049	0,048	0,123	0,045	0,028	0,032	0,933	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	-0,003	.365*	.362*	1	0,236	.469**	0,042	0,270	.468**	-0,046	.531**
	Sig. (2-tailed)	0,987	0,047	0,049		0,210	0,009	0,825	0,150	0,009	0,808	0,003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	0,152	.438*	.364*	0,236	1	.399*	0,106	0,193	0,236	0,126	.522**
	Sig. (2-tailed)	0,422	0,015	0,048	0,210		0,029	0,579	0,306	0,209	0,506	0,003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P6	Pearson Correlation	0,094	.425*	0,288	.469**	.399*	1	0,000	.418*	.561**	0,050	.595**
	Sig. (2-tailed)	0,620	0,019	0,123	0,009	0,029		1,000	0,022	0,001	0,791	0,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P7	Pearson Correlation	0,202	.368*	.368*	0,042	0,106	0,000	1	.495**	0,115	.611**	.543**
	Sig. (2-tailed)	0,285	0,045	0,045	0,825	0,579	1,000		0,005	0,545	0,000	0,002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P8	Pearson Correlation	0,291	.638**	.401*	0,270	0,193	.418*	.495**	1	.498**	.470**	.807**
	Sig. (2-tailed)	0,119	0,000	0,028	0,150	0,306	0,022	0,005		0,005	0,009	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P9	Pearson Correlation	0,224	.499**	.393*	.468**	0,236	.561**	0,115	.498**	1	0,111	.700**
	Sig. (2-tailed)	0,234	0,005	0,032	0,009	0,209	0,001	0,545	0,005		0,561	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P10	Pearson Correlation	-0,035	0,016	-0,016	-0,046	0,126	0,050	.611**	.470**	0,111	1	.432*
	Sig. (2-tailed)	0,854	0,933	0,933	0,808	0,506	0,791	0,000	0,009	0,561		0,017
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TotalX1	Pearson Correlation	.389*	.715**	.658**	.531**	.522**	.595**	.543**	.807**	.700**	.432*	1
	Sig. (2-tailed)	0,033	0,000	0,000	0,003	0,003	0,001	0,002	0,000	0,000	0,017	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Lampiran 4 : Hasil Analisis Data Reliabilitas Keragaman Menu (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,796	10

Lampiran 5 : Hasil Analisis Data Validitas Lokasi (X2)

Correlations								
		P.1	P.2	P.3	P.4	P.5	P.6	TotalX2
P.1	Pearson Correlation	1	.238	.019	.079	.342	.076	.402*
	Sig. (2-tailed)		.205	.922	.678	.064	.690	.028
	N	30	30	30	30	30	30	30
P.2	Pearson Correlation	.238	1	.479**	.438*	.462*	.366*	.737**
	Sig. (2-tailed)	.205		.007	.016	.010	.047	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P.3	Pearson Correlation	.019	.479**	1	.548**	.405*	.205	.677**
	Sig. (2-tailed)	.922	.007		.002	.026	.276	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P.4	Pearson Correlation	.079	.438*	.548**	1	.489**	.174	.713**
	Sig. (2-tailed)	.678	.016	.002		.006	.357	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P.5	Pearson Correlation	.342	.462*	.405*	.489**	1	.456*	.803**
	Sig. (2-tailed)	.064	.010	.026	.006		.011	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P.6	Pearson Correlation	.076	.366*	.205	.174	.456*	1	.604**
	Sig. (2-tailed)	.690	.047	.276	.357	.011		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
TotalX2	Pearson Correlation	.402*	.737**	.677**	.713**	.803**	.604**	1
	Sig. (2-tailed)	.028	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Lampiran 6 : Hasil Analisis Data Reliabilitas Lokasi (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,735	6

Lampiran 7 : Hasil Analisis Data Validitas Keputusan Pembelian (Y)

Correlations										
		P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	TotalY
P01	Pearson Correlation	1	.486**	0,049	.383*	.423*	0,093	.424*	0,067	.547**
	Sig. (2-tailed)		0,007	0,797	0,037	0,020	0,623	0,020	0,724	0,002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P02	Pearson Correlation	.486**	1	.395*	.495**	0,319	0,097	.488**	0,108	.606**
	Sig. (2-tailed)	0,007		0,031	0,005	0,086	0,612	0,006	0,570	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P03	Pearson Correlation	0,049	.395*	1	.529**	0,179	.445*	.508**	.397*	.669**
	Sig. (2-tailed)	0,797	0,031		0,003	0,344	0,014	0,004	0,030	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P04	Pearson Correlation	.383*	.495**	.529**	1	0,288	0,292	.633**	0,047	.684**
	Sig. (2-tailed)	0,037	0,005	0,003		0,123	0,117	0,000	0,805	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P05	Pearson Correlation	.423*	0,319	0,179	0,288	1	.610**	.501**	0,324	.682**
	Sig. (2-tailed)	0,020	0,086	0,344	0,123		0,000	0,005	0,081	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P06	Pearson Correlation	0,093	0,097	.445*	0,292	.610**	1	.508**	.474**	.671**
	Sig. (2-tailed)	0,623	0,612	0,014	0,117	0,000		0,004	0,008	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P07	Pearson Correlation	.424*	.488**	.508**	.633**	.501**	.508**	1	.365*	.846**
	Sig. (2-tailed)	0,020	0,006	0,004	0,000	0,005	0,004		0,047	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P08	Pearson Correlation	0,067	0,108	.397*	0,047	0,324	.474**	.365*	1	.563**
	Sig. (2-tailed)	0,724	0,570	0,030	0,805	0,081	0,008	0,047		0,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TotalY	Pearson Correlation	.547**	.606**	.669**	.684**	.682**	.671**	.846**	.563**	1
	Sig. (2-tailed)	0,002	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,001	
	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 8 : Hasil Analisis Data Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,807	8

Lampiran 9 : Tabulasi Angket Responden

No	Variabel Keragaman Menu										TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	
1	4	4	4	5	5	3	5	4	5	3	42
2	4	5	4	3	5	5	4	5	5	4	44
3	4	4	4	4	5	3	4	4	5	5	42
4	4	5	3	5	4	5	5	3	4	3	41
5	4	5	4	3	5	4	5	5	5	4	44
6	5	4	5	5	4	3	3	5	4	5	43
7	4	5	4	5	5	3	5	4	5	5	45
8	4	4	5	5	4	4	5	4	5	3	43
9	4	5	3	5	4	5	4	5	3	5	43
10	4	5	4	5	3	5	4	5	5	4	44
11	4	5	3	5	5	4	5	5	4	3	43
12	4	5	3	4	4	5	3	5	4	2	39
13	4	5	3	5	5	4	5	3	5	3	42
14	4	4	4	5	4	4	5	3	5	4	42
15	4	5	3	3	3	3	4	3	3	3	34
16	4	5	3	5	4	5	3	5	4	5	43
17	5	4	5	3	5	4	5	4	3	4	42
18	3	5	5	4	5	3	5	4	5	3	42
19	5	3	5	4	5	3	4	5	5	5	44
20	4	5	3	5	5	4	5	3	5	4	43
21	3	5	4	5	5	3	4	5	5	5	44
22	3	4	3	3	4	3	3	5	4	4	36
23	5	4	4	5	5	3	4	5	4	5	44
24	4	5	3	5	5	4	4	4	5	4	43
25	4	5	3	5	4	5	5	3	5	3	42
26	5	4	5	3	4	5	5	4	5	4	44
27	4	5	4	3	5	5	4	4	5	4	43
28	5	4	5	5	4	3	5	5	4	5	45
29	4	5	4	3	5	5	4	5	4	5	44
30	2	1	1	2	3	2	3	2	1	2	19
31	4	5	3	5	5	4	5	3	4	5	43
32	5	5	4	5	5	3	5	4	5	3	44
33	1	2	3	2	2	3	3	2	2	3	23

34	2	2	2	3	3	2	2	3	2	1	22
35	4	5	3	5	5	4	5	3	5	5	44
36	3	5	2	3	4	5	5	3	5	4	39
37	4	3	3	5	5	4	5	3	5	5	42
38	1	2	2	2	2	2	3	3	3	3	23
39	3	3	3	3	4	2	1	2	2	3	26
40	1	2	3	2	2	3	3	3	3	5	27
41	3	2	2	3	3	2	2	3	2	1	23
42	4	5	3	5	5	4	5	5	3	5	44
43	3	4	5	3	3	3	3	5	4	5	38
44	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	35
45	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	28
46	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	30
47	3	5	4	5	3	4	4	3	3	4	38
48	3	5	4	3	3	4	4	5	3	3	37
49	3	3	3	4	4	3	3	3	5	4	35
50	4	3	3	5	4	5	3	3	3	4	37
51	3	5	4	3	5	3	5	3	5	4	40
52	4	5	3	5	5	4	5	3	5	4	43
53	4	5	3	5	4	5	5	3	5	4	43
54	4	4	3	5	4	5	3	3	5	5	41
55	3	5	4	3	3	4	5	3	5	4	39
56	4	5	3	5	5	4	5	3	5	5	44
57	3	3	5	4	5	3	3	3	5	1	35
58	4	5	3	3	5	4	5	3	3	4	39
59	5	4	3	5	5	3	5	5	4	4	43
60	4	1	3	5	5	5	3	5	4	3	38
61	4	4	2	4	5	3	5	5	4	4	40
62	4	4	3	5	4	4	5	3	5	5	42
63	4	3	5	4	5	4	5	3	5	5	43
64	4	4	3	5	5	5	3	5	4	5	43
65	4	5	4	5	4	5	3	5	5	5	45
66	1	2	3	3	2	2	3	3	2	2	23
67	4	5	5	5	5	5	3	5	4	5	46
68	1	2	3	2	2	3	3	3	3	3	25
69	3	3	3	2	1	2	2	3	2	2	23

70	2	3	3	2	2	1	2	3	2	2	22
71	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	23
72	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	25
73	2	3	2	1	2	2	3	2	1	2	20
74	3	5	4	5	3	4	5	4	5	4	42
75	4	5	3	5	4	5	4	5	3	5	43
76	4	5	3	5	5	5	3	5	4	5	44
77	4	5	5	3	5	4	3	5	3	5	42
78	4	5	5	4	5	3	5	3	5	3	42
79	5	4	3	3	4	5	3	5	3	5	40
80	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	45
81	4	4	4	5	3	3	4	5	4	5	41
82	4	4	3	5	4	5	5	3	5	3	41
83	4	3	5	5	3	5	5	3	5	3	41
84	4	4	5	5	5	3	5	3	5	3	42
85	4	5	3	5	4	4	5	5	5	5	45
86	4	5	3	5	5	4	5	4	5	4	44
87	5	3	5	5	4	5	3	5	3	3	41
88	4	4	5	3	5	4	4	5	4	3	41
89	5	4	5	3	5	4	5	5	5	4	45
90	5	5	3	5	4	5	4	5	4	3	43
91	4	5	3	5	5	4	4	5	4	5	44
92	5	5	3	5	4	5	5	5	5	5	47
93	1	2	3	3	2	2	3	3	2	2	23
94	2	1	2	2	3	2	2	3	3	2	22
95	1	2	3	2	2	3	3	2	2	3	23
96	2	2	2	3	3	2	1	1	2	2	20
97	3	3	3	2	1	2	2	3	2	2	23
98	3	3	3	2	1	3	2	3	2	2	24
99	2	2	2	3	3	2	3	1	2	2	22

No	Variabel Lokasi						TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
1	5	5	4	5	5	3	27
2	4	5	3	4	5	3	24
3	5	5	4	3	3	5	25
4	4	5	3	5	5	4	26
5	4	3	4	4	5	3	23
6	4	3	5	4	5	5	26
7	4	3	5	5	3	5	25
8	4	3	5	3	3	4	22
9	3	4	3	5	4	3	22
10	4	4	5	3	5	5	26
11	4	5	3	5	4	4	25
12	5	5	4	5	4	3	26
13	4	5	3	5	4	4	25
14	5	4	5	5	4	3	26
15	4	5	4	5	5	3	26
16	4	4	5	5	4	4	26
17	4	5	3	5	4	5	26
18	4	5	4	5	3	5	26
19	4	5	3	5	5	4	26
20	4	5	3	4	4	5	25
21	4	5	3	5	5	4	26
22	4	5	3	5	4	3	24
23	4	3	5	4	5	5	26
24	4	4	4	5	5	3	25
25	4	5	4	3	5	5	26
26	4	4	4	4	5	3	24
27	4	5	3	5	4	5	26
28	4	5	4	3	5	4	25
29	4	5	4	3	5	5	26
30	3	3	3	4	4	5	22
31	4	5	3	5	4	5	26
32	4	5	3	5	5	4	26
33	3	3	3	3	3	3	18
34	3	2	3	2	2	3	15

35	5	3	5	4	5	3	25
36	4	5	3	5	5	4	26
37	3	5	4	5	5	3	25
38	3	4	3	3	4	3	20
39	5	4	4	5	5	3	26
40	3	2	3	2	3	3	16
41	3	3	4	4	3	3	20
42	1	2	3	3	3	3	15
43	3	2	2	3	3	2	15
44	3	3	2	3	3	3	17
45	1	2	1	2	3	2	11
46	4	5	2	2	2	3	18
47	4	5	4	1	2	3	19
48	5	4	3	2	2	2	18
49	4	5	5	4	5	3	26
50	5	3	5	3	5	2	23
51	5	4	5	3	5	4	26
52	4	1	3	2	4	4	18
53	4	4	5	3	5	4	25
54	4	4	5	5	4	5	27
55	4	3	3	3	5	4	22
56	4	4	3	4	5	3	23
57	4	5	3	5	4	4	25
58	4	5	3	5	5	4	26
59	4	5	5	3	5	4	26
60	4	5	3	5	5	4	26
61	5	4	4	5	5	3	26
62	3	5	4	4	5	5	26
63	3	4	5	3	5	5	25
64	5	4	3	3	3	4	22
65	4	5	3	5	5	4	26
66	4	5	3	5	5	4	26
67	5	4	5	5	3	5	27
68	4	5	3	5	5	4	26
69	1	2	3	3	2	2	13
70	2	2	1	2	2	3	12

71	1	2	3	2	2	3	13
72	1	2	3	3	2	2	13
73	4	5	5	3	5	4	26
74	4	5	3	5	5	4	26
75	5	4	4	5	3	5	26
76	3	5	4	5	3	5	25
77	4	5	5	3	5	4	26
78	5	4	5	3	5	5	27
79	4	5	5	3	5	4	26
80	1	2	2	3	3	2	13
81	2	1	2	2	3	3	13
82	1	3	2	3	2	2	13
83	4	5	4	5	3	5	26
84	5	3	5	5	4	5	27
85	5	4	4	5	5	3	26
86	3	5	4	5	3	5	25
87	5	4	5	5	5	5	29
88	4	5	5	5	4	5	28
89	4	5	3	5	5	5	27
90	4	5	3	5	5	4	26
91	4	4	5	5	3	5	26
92	5	4	5	3	5	5	27
93	4	5	3	5	4	4	25
94	4	5	3	5	5	4	26
95	1	2	3	2	2	3	13
96	2	2	2	2	3	2	13
97	4	5	3	5	5	4	26
98	2	2	3	2	3	2	14
99	4	5	3	5	5	4	26

No	Variabel Keputusan Pembelian								TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	
1	4	5	3	3	4	3	3	5	30
2	4	5	3	3	5	4	3	3	30
3	4	5	3	5	5	4	4	4	34
4	4	5	3	4	4	5	3	5	33
5	3	3	4	5	4	3	5	5	32
6	5	4	4	5	3	5	4	4	34
7	4	3	5	5	4	5	4	5	35
8	4	4	5	3	4	4	5	4	33
9	4	4	5	5	4	4	5	3	34
10	4	5	3	5	4	5	4	5	35
11	4	5	4	5	3	5	5	5	36
12	4	5	3	5	5	4	3	5	34
13	4	5	3	4	4	5	5	3	33
14	4	5	3	5	5	4	4	3	33
15	4	5	3	4	5	3	4	3	31
16	5	4	5	5	4	3	4	5	35
17	4	5	3	5	4	5	5	3	34
18	5	4	5	3	5	3	3	3	31
19	4	4	5	3	5	4	5	3	33
20	3	3	2	3	3	3	3	3	23
21	4	5	3	5	4	4	5	3	33
22	4	5	3	5	5	4	5	3	34
23	4	5	3	5	4	4	5	3	33
24	5	4	5	5	3	5	4	5	36
25	4	5	5	4	4	5	4	5	36
26	5	3	5	4	5	4	5	3	34
27	5	4	5	3	5	4	5	5	36
28	4	5	3	4	4	4	5	3	32
29	4	4	5	3	5	4	5	3	33
30	1	2	3	1	2	3	3	2	17
31	4	5	3	5	5	4	5	5	36
32	1	1	4	1	5	3	5	4	24
33	1	2	3	2	2	3	3	3	19
34	2	1	2	2	3	3	2	3	18

35	4	5	3	5	5	4	4	3	33
36	3	5	4	3	5	3	5	4	32
37	4	5	3	5	5	4	5	5	36
38	2	3	3	2	2	3	2	3	20
39	4	5	3	5	4	4	5	3	33
40	1	3	3	2	2	3	3	2	19
41	1	2	3	2	2	3	3	2	18
42	4	3	5	4	5	3	3	3	30
43	5	5	3	3	5	4	5	3	33
44	4	4	3	2	4	3	5	2	27
45	3	1	3	3	3	2	3	3	21
46	3	4	2	4	5	3	5	4	30
47	5	4	3	5	4	4	5	3	33
48	4	3	5	4	3	4	5	3	31
49	5	4	3	5	5	4	3	5	34
50	4	3	4	5	4	5	3	5	33
51	3	5	5	4	5	4	3	5	34
52	4	5	5	3	5	5	4	3	34
53	5	4	2	4	3	5	3	5	31
54	5	4	5	3	5	3	4	4	33
55	4	5	3	5	5	5	3	3	33
56	5	5	3	5	4	4	3	3	32
57	4	5	3	5	5	1	3	5	31
58	2	3	3	3	3	4	2	4	24
59	2	1	4	2	3	4	3	4	23
60	3	3	3	3	5	3	4	4	28
61	2	2	3	2	4	4	3	5	25
62	4	5	5	3	5	4	5	5	36
63	3	3	5	4	5	4	5	3	32
64	4	4	3	4	3	3	4	5	30
65	4	4	3	3	3	5	4	5	31
66	3	2	3	4	3	5	3	5	28
67	4	4	3	3	4	5	4	5	32
68	4	4	5	4	3	5	3	5	33
69	3	3	3	5	4	5	5	3	31
70	1	2	3	2	3	2	3	3	19

71	2	1	3	2	3	3	2	2	18
72	3	2	3	3	3	2	3	2	21
73	5	5	3	5	4	5	4	3	34
74	5	4	3	5	5	4	5	3	34
75	4	5	3	5	4	5	4	5	35
76	4	5	3	5	4	5	5	3	34
77	3	3	3	5	4	5	4	5	32
78	4	5	3	3	4	3	3	5	30
79	3	3	5	4	4	3	4	5	31
80	5	3	5	4	3	5	4	3	32
81	3	4	5	4	5	3	4	5	33
82	5	4	5	3	3	3	4	5	32
83	3	3	5	4	5	3	5	4	32
84	3	5	5	3	5	5	4	1	31
85	3	5	3	5	3	5	4	4	32
86	2	4	5	3	5	5	4	4	32
87	3	5	4	3	5	3	4	3	30
88	5	3	5	4	5	3	4	4	33
89	3	5	3	5	3	5	3	5	32
90	4	5	4	5	3	5	4	3	33
91	5	4	5	4	5	3	4	3	33
92	5	3	4	5	3	5	4	4	33
93	1	2	3	3	3	2	2	2	18
94	1	2	3	3	2	2	3	2	18
95	2	3	2	2	3	2	1	3	18
96	1	2	3	2	1	3	3	2	17
97	5	5	3	5	3	3	4	4	32
98	1	2	3	2	1	3	3	2	17
99	5	5	3	5	3	3	4	4	32

Lampiran 10 : Hasil Output Penelitian

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.836	2.198		4.020	.000		
	Keragaman Menu	.387	.053	.576	7.233	.000	.781	1.281
	Lokasi	.289	.094	.245	3.071	.003	.781	1.281

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.585.843	2	792.922	52.869	.000 ^b
	Residual	1.439.793	96	14.998		
	Total	3.025.636	98			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Lokasi, Keragaman Menu

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.724 ^a	.524	.514	3.873

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Keragaman Menu

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardized Residual		
N		99
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	383.298.376
Most Extreme Differences	Absolute	.059
	Positive	.047
	Negative	-.059
Test Statistic		.059
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.551
	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	.538
	Upper Bound	.564

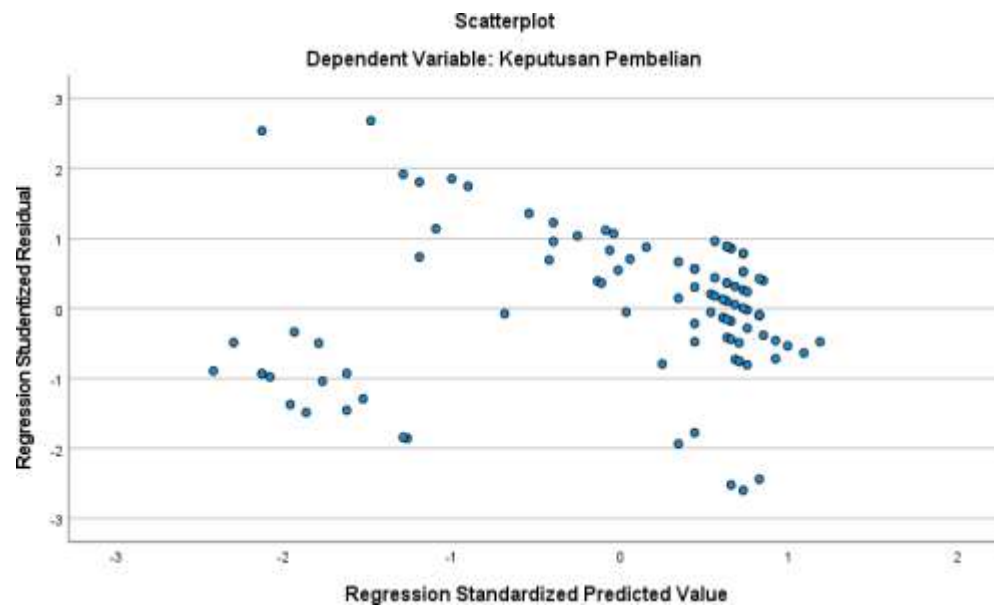
a. Test distribution is Normal.

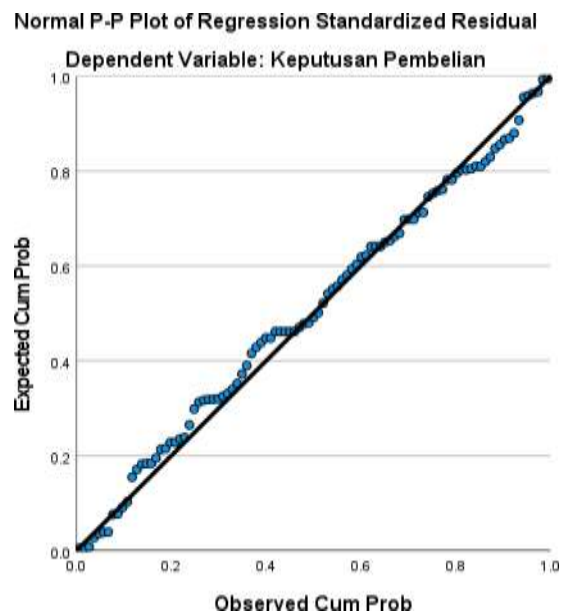
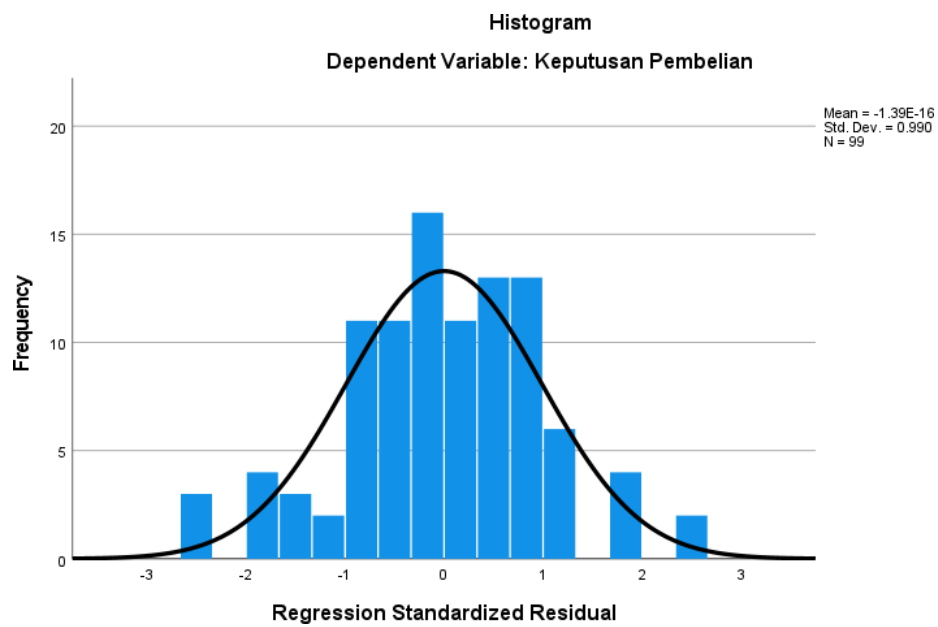
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.







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 : asos@eka-prasetya.ac.id

Medan, 15 Februari 2023

Sumber : 5734/R-STIE-EP/II/2023

Lamp. : ---

Isi : "Observasi"

Kepada Yth

Bapak/Ibu Pimpinan Warung Dapur Khenan Medan

Di-

Tempat

Dengan hormat,

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

Nama	Aldiansyah N Harahap
NIM	191010199
Semester	VII
Program Studi	Manajemen (S1)
Judul Tugas Akhir	Pengaruh Keragaman Produk dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Warung Dapur Khenan Medan

Untuk mengadakan peninjauan ke Warung Dapur Khenan Medan 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 dipublikasikan 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



WARUNG DAPUR KHENAN
Jl. Irigasi V Gg. Bersama 7 No. 2, MEDAN
Telepon : 082274087941
Email : dapurkhenan@gmail.com

Nomor : -

Perihal : Balasan Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth.

Bapak/Ibu Dosen STIE Eka Prasetya

Di Tempat

Dengan Hormat,

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Endang Tri Lestari Sinaga

Jabatan : Owner Warung Dapur Khenan Medan

Dengan ini kami menerangkan bahwasannya Mahasiswa Bapak/Ibu atas nama :

Nama : Aldiansya N Harahap

NIM : 191010199

Judul Skripsi : PENGARUH KERAGAMAN MENU DAN LOKASI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA WARUNG DAPUR KHENAN MEDAN

Dengan ini kami sampaikan bahwa benar mahasiswa tersebut sedang melakukan penelitian dan riset di tempat kami, dan kami tidak keberatan dengan penelitian yang dimaksud selama dipergunakan untuk kepentingan akademik. Demikianlah surat keterangan ini untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Hormat kami

Endang Tri Lestari Sinaga

Owner



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKA PRASETYA

KARTU BUKTI PESERTA SEMINAR PROPOSAL

NAMA : Aldiansyah Al Harahap
NIM : 191010199
PROGRAM STUDI : Manajemen

HARI/TANGGAL SEMINAR	PENYAJI SEMINAR	NIM	Tanda Tangan Pimp. Seminar
Sabtu 17 Feb 2023	Wilson Lianto JUDUL PROPOSAL: Pengaruh konektivitas produk dan kualitas pelayanan terhadap pengambilan keputusan konsumen melalui UMKM Toko Raks Imperial Medan	19101052	
	Kelvin Wicakana JUDUL PROPOSAL: Pengaruh karakteristik kewirausahaan, iklim di media sosial dan harga terhadap keputusan diopi tti koma	19101054	
	Santy JUDUL PROPOSAL: Pengaruh konsistensi wirausaha dan produk terhadap keberhasilan usaha pada media Toko Cmsy Mende Medan	19101041	
Kamis 19 Februari 2023	Destiny Tati JUDUL PROPOSAL: Pengaruh kreatifitas dan Lokasi terhadap persepsi konsumen usaha pada Toko Julia Jaya	19101037	
	INDRA JUDUL PROPOSAL: Pengaruh kompetensi kewirausahaan dan sikap Orientasi terhadap keberhasilan usaha pada PT. Sinar Harapan Jember Sijunjung	19101036	
	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,
Ketua STIE Eka Prasetya

Dr. Setiawan S.P., M.Si



STIE EKA PRASETYA MEDAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

1



Nama Mahasiswa : Adhansyah A. Harahap

NIM : 191010199

Kelas : Kewirausahaan B

Kontak : Kewirausahaan, 2020/2021 (over long time ago)

HPWA : 085274368130 Email: harahapad03@gmail.com

Alamat Tinggal: Jl. Prigadi V Gg. Bersama 7 No. 2

Nama Dosen Pembimbing 1:

Dra. Pesta Cutlery, M.M

Nama Dosen Pembimbing 2:

Lisa Elianti Nasution, S.E., M.M.

No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing
1	24-9-2022	Revisi judul	
2	24-9-2022	Ace just lanjut ke proposal	
3	14-2-2023	Let's building up your Bimbingan	
4		- Isori? penulisan upang aku was	
5		- Depen's experience, jumlah sampel,	
6		teknik sampel lagi upang diattach	
7	14-2-2023	Ace utk sample	
8	27-04-2023	Revisi data Tabulasi	
9	03-05-2023	Revisi Ust dan Uji F dan Determinasi	
10	04-05-2023	Ace Bk W di Bab V lanjut penulisan	
11		Uk ulang mega tugas	
12		Ace ulang mega tugas	
13			
14			
15			
16			
17			

REVISI SIDANG		Uraian Revisi Sidang / Bimbingan perbaikan Revisi	Ttd Dosen Penghji
No	Tanggal		
1	12-04-2023	Revisi data Penjualan	
2			
3			
4			

Diketahui oleh,
Wakil Ketua 1 Bidang Akademik

Denny Dorthy Khyany Sinaga, S.T., M.M



STIE EKA PRASETYA MEDAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

2



Nama Mahasiswa : Aldiansyah N Hardhapp
NIM : 191010139 Kelas : Kewirausahaan B
Konstruksi : Kewirausahaan, Pemasaran (sistem yang tidak sesuai)
ID/PA : B85179568132 Email : hardhapp.alda.05@gmail.com
Alamat Tinggal : Jl. Tagati V Gg. Basama 3 No. 2 Medan

Nama Dosen Pembimbing 1 : Dia. Pasha Gultom, M.M
Nama Dosen Pembimbing 2 : Lisa Elisabeth Nasution, S.C., M.M

No	Tanggal	Urutan Singkat Bimbingan	Pasal Dosen Pembimbing
1	2/2/2023	Revisi judul	<i>[Signature]</i>
2	3/2/2023	Revisi latar belakang	<i>[Signature]</i>
3	14/2/2023	Revisi Bab 1, 2 dan 3	<i>[Signature]</i>
4	16/2/2023	Revisi Page layout	<i>[Signature]</i>
5	17/2/2023	ACC Sampul	<i>[Signature]</i>
6	22/04/2023	Revisi format statistik responden	<i>[Signature]</i>
7	03/5/2023	Revisi Uji T dan Uji F dan Determinasi	<i>[Signature]</i>
8	4/5/2023	ACC sedang	<i>[Signature]</i>
9			
10			
11			
12			
13			
14			
15			
16			
17			

REVISI SIDANG		Urutan Revisi Sidang / Bimbingan perbaikan Revisi	Ttd Dosen Penguji
No	Tanggal		
1	6/2024/2023	Revisi Uji Determinasi	<i>[Signature]</i>
2	9/5/2023	Revisi ACC	<i>[Signature]</i>
3			
4			

Diketahui oleh,
Wakil Ketua 1 Bidang Akademik

Humay Dhority Ellyany Siman, S.T., M.M

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama	Aldiansyah N Harahap
Tempat / Tanggal Lahir	Medan, 25 Agustus 2001
Jenis Kelamin	Pria
Alamat	Jl. Irian V gg. Bersama 7 No.2 Medan
Alamat Email	harahapsaidi85@gmail.com
Agama	Islam
Status	Mahasiswa
Handphone (HP)	085274368130

RIWAYAT PENDIDIKAN

- | | | |
|----|---------------------------|---|
| 1. | Tahun 2007 s/d Tahun 2013 | SD MIS Darul Hikmah Medan |
| 2. | Tahun 2013 s/d Tahun 2016 | SMP Swasta Mulia Pratama Medan |
| 3. | Tahun 2016 s/d Tahun 2019 | SMA Swasta Mulia Pratama Medan |
| 4. | Tahun 2019 s/d Tahun 2023 | Program Sarjana (S-1) STIE Eka Prasetya |

RIWAYAT PEKERJAAN

- | | | |
|----|-------------------------|---|
| 1. | Tahun 2019 s/d sekarang | - |
|----|-------------------------|---|

DATA ORANG TUA

Nama Ayah	Hidayat Harahap
Pekerjaan	Wiraswasta
Handphone (HP)	082272226475
Alamat	Jl. Irian V gg. Bersama 7 No.2 Medan
Nama Ibu	Endang Tri Lestari Sinaga
Pekerjaan	Ibu Rumah Tangga
Handphone (HP)	082274087941
Alamat	Jl. Irian V gg. Bersama 7 No.2 Medan

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

Medan, 09 Mei 2023
Penulis



Aldiansyah N Harahap