

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DAN KARAKTERISTIK
KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KEBERHASILAN
USAHA PECEL UYEN ULEK MEDAN**

SKRIPSI



STIE EKA PRASETYA

Ditulis Oleh :

WENDY WIJAYA

191010063

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

LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING

Judul : ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DAN
KARAKTERISTIK KEWIRAUSAHAAN
TERHADAP KEBERHASILAN USAHA PECEL
UYEN ULEK MEDAN

Nama : Wendy Wijaya

NIM : 191010063

Program Studi : Manajemen

Perguruan Tinggi : STIE Eka Prasetya

Disetujui Oleh
Tim Pembimbing,

Pembimbing I,



Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M.
NIDN : 0112027303

Pembimbing II,



Muhammad Ali Akbar, S.E., M.M.
NIDN : 0115088601

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

Judul : ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DAN
KARAKTERISTIK KEWIRAUSAHAAN
TERHADAP KEBERHASILAN USAHA PECEL
UYEN ULEK MEDAN

Nama : Wendy Wijaya
NIM : 191010063
Program Studi : Manajemen
Perguruan Tinggi : STIE Eka Prasetya

Pada 29 Mei 2023
Dewan Penguji,

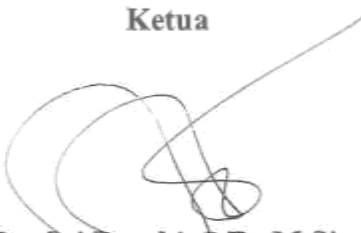
Penguji I : Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
NIDN : 0006037202



Penguji II : Elisabeth Nainggolan, S.Pd., M.Sc.
NIDN : 0124028902



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	Wendy Wijaya
NIM	191010063
Judul Tugas Akhir	Analisis Perilaku Konsumen dan Karakteristik Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Pecel Uyen Ulek Medan
Pembimbing Tugas Akhir :	
Pembimbing-I	Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M.
Pembimbing-II	Muhammad Ali Akbar, S.E.,M.M

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

Medan, 29 Mei 2023



Wendy
191010063

KATA PENGANTAR

Terlebih dahulu penulis mengucapkan puji syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul **“ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DAN KARAKTERISTIK KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KEBERHASILAN USAHA PECEL UYEN ULEK MEDAN”** sesuai dengan waktu yang sudah dijadwalkan.

Pada kesempatan ini, mengingat banyaknya bantuan dan bimbingan yang diterima selama penyusunan Skripsi ini, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

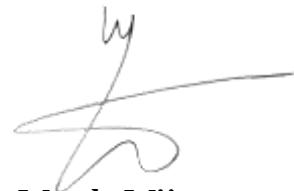
1. Ketua Yayasan Graha Eka Education Center Bapak Susanto, ST., S.Pd., M.M.
2. Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya Ibu Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
3. Wakil Ketua Satu Bidang Akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya Ibu Hommy Dorthy Ellyany Sinaga , S.T., M.M., sekaligus selaku dosen pembimbing I yang telah banyak memberikan arahan pada penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Muhammad Ali Akbar, S.E., M.M selaku dosen pembimbing II yang telah banyak memberikan arahan pada penyusunan skripsi ini.
5. Koordinator Program Studi Manajemen Ibu Ihdina Gustina, S.E., M.M

6. Kepala Bagian Akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya Ibu Lisa Elianti Nasution, S.E., M.M.
7. Kepala Bagian Keuangan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya Ibu Elysa, S.M.
8. Kepala Bagian Kemahasiswaan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya Bapak Junaidi Abidin, S.M.
9. Seluruh Dosen Pengajar dan Staff Pegawai Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya Medan.
10. Kedua orangtua tercinta, saudara-saudaraku serta teman-teman yang telah banyak memberikan dukungan dan bantuan baik moril, materil maupun spiritual.

Peneliti menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu segala saran dan kritik untuk penyempurnaan skripsi ini sangat diharapkan Peneliti. Akhir Kata, semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan. Terima Kasih.

Medan, 29 Mei 2023

Peneliti



Wendy Wijaya

ABSTRAK

Wendy Wijaya, 191010063, 2023, Analisis Perilaku Konsumen dan Karakteristik Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Pecel Uyen Ulek, STIE Eka Prasetya, Program Studi Manajemen, Pembimbing I: Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M. Pembimbing II: Muhammad Ali Akbar, S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Perilaku Konsumen dan Karakteristik Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha secara parsial dan secara simultan pada UMKM Pecel Uyen Ulek. Penelitian ini menggunakan Jenis data kuantitatif dan sumber data merupakan data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari hasil penyebaran kuisioner kepada konsumen yang melakukan pembelian di Pecel Uyen Ulek, data sekunder diperoleh dari data dan literatur yang berkenaan dengan permasalahan yang dibahas, Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui dengan pasti, sehingga untuk menentukan jumlah sampel, peneliti menggunakan rumus Hair, maka diperoleh jumlah sampel nya sebanyak 140 responden. Data dianalisis dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Hasil analisis memberikan persamaan **Keberhasilan Usaha = 11,674 + 0,295 Perilaku Konsumen + 0,493 Karakteristik Kewirausahaan + e**. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa Perilaku Konsumen Memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai $2,075 > 1,977$ dengan nilai signifikansi $< 0,05$ yaitu dengan nilai $0,040 < 0,05$. Karakteristik Kewirausahaan memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai $3,188 > 1,977$ dengan nilai signifikansi $< 0,05$ yaitu dengan nilai $0,002 < 0,05$. Hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa Perilaku Konsumen, Karakteristik Kewirausahaan, dan Keberhasilan Usaha Memiliki nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan nilai $55,237 > 3,06$ dan nilai signifikansi $< 0,05$ yaitu dengan nilai $0,000 < 0,05$. Koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,446. Hal ini berarti 44,6% kinerja kuliner dapat dipengaruhi oleh variabel Perilaku Konsumen dan Karakteristik Kewirausahaan berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha Pecel Uyen Ulek sedangkan sisanya sebesar 55,4% Keberhasilan Usaha dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Perilaku Konsumen, Karakteristik Kewirausahaan, Keberhasilan Usaha

ABSTRACT

Wendy Wijaya, 191010063, 2023, Analysis of Consumer Behavior and Entrepreneurial Characteristics of Business Success of Pecel Uyen Ulek Medan's, STIE Eka Prasetya, Management Study Program, Advisor I : Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M., Advisor II : Muhammad Ali Akbar, S.E., M.M.

*This study aims to determine the influence of Consumer Behavior and Entrepreneurial Characteristics on Business Success partially and simultaneously in Pecel Uyen Ulek UMKM. This study uses quantitative data types and data sources are primary and secondary data. Primary data were obtained from the results of distributing questionnaires to consumers who made purchases at Pecel Uyen Ulek, secondary data were obtained from data and literature relating to the issues discussed. The population in this study was not known with certainty, so to determine the sample size, the researcher used the Hair formula. , then the number of samples obtained was 140 respondents. Data were analyzed using multiple linear regression analysis method. The results of the analysis give **the Business Success equation = 11.674 + 0.295 Consumer Behavior + 0.493 Entrepreneurial Characteristics + e**. The results of the study partially show that consumer behavior has a $t_{count} > t_{table}$ with a value of $2.075 > 1.977$ with a significance value of < 0.05 , that is, with a value of $0.040 < 0.05$. Entrepreneurial characteristics have a $t_{count} > t_{table}$ with a value of $3.188 > 1.977$ with a significance value < 0.05 , namely with a value of $0.002 < 0.05$. The results of the study simultaneously show that Consumer Behavior, Entrepreneurial Characteristics, and Business Success have a value of $F_{count} > F_{table}$ with a value of $55.237 > 3.06$ and a significance value of < 0.05 , i.e. with a value of $0.000 < 0.05$. The coefficient of determination (R Square) is 0.446. This means that 44.6% of culinary performance can be influenced by the variables of Consumer Behavior and Entrepreneurial Characteristics which affect the success of the Pecel Uyen Ulek Business, while the remaining 55.4% of Business Success is influenced by other variables not examined in this study.*

Keywords: Consumer Behavior, Entrepreneurial Characteristics, Business Success

MOTTO

*“Gagal hanya terjadi jika kita
menyerah”*

*”Jika tidak bisa menjadi orang yang
pintar, maka jadilah orang yang
baik”*

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati Skripsi ini kupersembahkan kepada :

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas kasih dan karunianya saya
dapat menyelesaikan skripsi ini.

Kepada keluargaku yang dirumah terutama papa dan mama. Skripsi ini merupakan persembahan kecil untuk kalian sebagai wujud terima kasih ku kepada kalian atas pengorbanan jerih payah kalian akhirnya aku sampai di tahap ini.

Kepada kedua dosen pembimbing saya Terima kasih atas bantuannya, nasehatnya, dan ilmunya serta kesabaran mendidik saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Kepada Sahabat seperjuangan saya (Canna, Nicholas, Ricky, Wilbert, Lyly, Shinta, Agilita, Jessica, Jasmine, Julianti, Viona, Joselyn, Indawati) karena telah menemani dan bersama – sama bimbingan, memberi semangat dalam suka maupun duka agar sama-sama belajar dan wisuda bersama-sama, 4 tahun sudah kita lewati bersama akhirnya kita sampai di titik akhir perkuliahan ini.

Kepada Valensia Ong kekasih tercintaku, terima kasih telah menjadi tempat ternyaman untuk berkeluh kesah, menemani disaat senang dan susah, serta terima kasih sudah menjadi penolongku ketika aku hampir menyerah dan kehilangan arah.

TERIMA KASIH.

DAFTAR ISI

JUDUL

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PENGUJI

PERNYATAAN PLAGIARISME

KATA PENGANTAR..... v

ABSTRAK vii

ABSTRACT viii

MOTTO ix

PERSEMBAHAN..... x

DAFTAR ISI..... xi

DAFTAR TABEL..... xvi

DAFTAR GAMBAR..... xvii

DAFTAR LAMPIRAN xviii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah..... 1

1.2 Identifikasi Masalah..... 6

1.3 Batasan Masalah..... 6

1.4 Rumusan Masalah 6

1.5 Tujuan Penelitian 7

1.6 Manfaat Penelitian 7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU

2.1	Landasan Teori.....	8
2.1.1	Teori Keberhasilan Usaha.....	8
2.1.1.1	Pengertian Keberhasilan Usaha	8
2.1.1.2	Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha.....	9
2.1.1.3	Indikator Keberhasilan Usaha.....	12
2.1.2	Teori Perilaku Konsumen	13
2.1.2.1	Pengertian Perilaku Konsumen.....	13
2.1.2.2	Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	14
2.1.2.3	Indikator Perilaku Konsumen	18
2.1.3	Teori Karakteristik Kewirausahaan	18
2.1.3.1	Pengertian Karakteristik Kewirausahaan	18
2.1.3.2	Indikator Karakteristik Kewirausahaan	19
2.2	Penelitian Terdahulu	20
2.3	Kerangka Konseptual	22
2.4	Hipotesis Penelitian.....	23

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Lokasi dan Waktu Penelitian	24
3.1.1	Lokasi Penelitian	24
3.1.2	Waktu Penelitian.....	24

3.2	Jenis dan Sumber Data	24
3.2.1	Jenis Data	24
3.2.2	Sumber Data.....	24
3.3	Populasi dan Sampel	25
3.4	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	26
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.6	Teknik Analisis Data.....	28
3.6.1	Uji Validitas	28
3.6.2	Uji Reliabilitas	29
3.6.3	Uji Asumsi Klasik.....	29
3.6.3.1	Uji Normalitas.....	30
3.6.3.2	Uji Multikolinieritas.....	32
3.6.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	32
3.6.4	Analisis Regresi Linier Berganda	33
3.6.5	Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	34
3.6.6	Pengujian Hipotesis Secara Serempak (Uji-F).....	34
3.6.7	Koefisien Determinasi (R^2).....	35

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	36
4.1.1	Sejarah Singkat Pecel Uyen Ulek	36
4.1.2	Visi dan Misi Pecel Uyen Ulek	36
4.1.3	Deskripsi Responden	37

4.1.4	Pengujian Instrumen Penelitian	38
4.1.4.1	Uji Validitas Instrumen Variabel Perilaku	
	Konsumen	38
4.1.4.2	Uji Validitas Instrumen Variabel Karakteristik	
	Kewirausahaan	39
4.1.4.3	Uji Validitas Instrumen Variabel Keberhasilan	
	Usaha.....	40
4.1.4.4	Uji Reliabilitas	41
4.1.5	Uji Asumsi Klasik	42
4.1.5.1	Uji Normalitas	42
4.1.5.2	Uji Multikolinieritas	45
4.1.5.3	Uji Heteroskedastisitas	46
4.1.6	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	46
4.1.7	Pengujian Hipotesis.....	48
4.1.7.1	Uji t (Uji Secara Parsial)	48
4.1.7.2	Uji f (Uji Secara Simultan)	49
4.1.7.3	Uji Determinasi	49
4.2	Pembahasan.....	51
4.2.1	Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keberhasilan	
	Usaha	51
4.2.2	Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan Terhadap	
	Keberhasilan Usaha	52
4.2.3	Pengaruh Perilaku Konsumen dan Karakteristik	

Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha	53
---	----

BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	54
5.2 Implikasi Manajerial	55
5.3 Saran akademis.....	56

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

SURAT IJIN PENELITIAN

SURAT BALASAN PENELITIAN

FOTOCOPY KARTU PESERTA SEMINAR PROPOSAL

FOTOCOPY KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Penjualan Usaha Pecel Uyen Ulek	5
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 3.4	Definisi Operasional Variabel Penelitian	26
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	37
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Perilaku Konsumen.....	38
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Karakteristik	
	Kewirausahaan	39
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Keberhasilan Usaha	40
Tabel 4.6	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Variabel.....	42
Tabel 4.7	Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	43
Tabel 4.8	Hasil Uji Multikolinieritas	45
Tabel 4.9	Hasil Uji Koefisien Regresi Berganda	47
Tabel 4.10	Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji-t).....	48
Tabel 4.11	Hasil Pengujian Secara Simultan (Uji-F)	49
Tabel 4.12	Hasil Uji Determinasi (R^2)	50
Tabel 4.13	Hasil Uji Hipotesis	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Lokasi Pecel Uyen Ulek	4
Gambar 2.3 Kerangka Konseptual.....	23
Gambar 4.1 Hasil Pengujian Normalitas Grafik Histogram	43
Gambar 4.2 Grafik Normal P-P Plot.....	44
Gambar 4.3 Grafik Scatterplot.....	46

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

**Lampiran 2 Distribusi Jawaban Berdasarkan Jenis Kelamin dan Frekuensi
Pembelian**

Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas Perilaku Konsumen (X1)

**Lampiran 4 Uji Validitas dan Reliabilitas Karakteristik Kewirausahaan
(X2)**

Lampiran 5 Uji Validitas dan Reliabilitas Keberhasilan Usaha (Y)

**Lampiran 6 Tabulasi Hasil Angket Responden Validitas Perilaku
Konsumen (X1)**

**Lampiran 7 Tabulasi Hasil Angket Responden Validitas Karakteristik
Kewirausahaan (X2)**

**Lampiran 8 Tabulasi Hasil Angket Responden Validitas Keberhasilan
Usaha (Y)**

Lampiran 9 Tabulasi Angket Responden Perilaku Konsumen (X1)

**Lampiran 10 Tabulasi Angket Responden Karakteristik Kewirausahaan
(X2)**

Lampiran 11 Tabulasi Angket Responden Keberhasilan Usaha (Y)

Lampiran 12 Hasil Output Spss Uji Asumsi Klasik

Lampiran 13 Hasil Output Spss Uji Analisis Linear Berganda

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bisnis kuliner merupakan salah satu bidang bisnis yang banyak digeluti oleh para wirausahawan saat ini. Beberapa faktor seperti pelayanan ramah, rasa makanan yang enak di lidah tidak jarang membuat para konsumen ingin lagi membeli makanan tersebut. Dengan didukungnya perkembangan teknologi di era globalisasi saat ini semakin memudahkan dan membuka lebar khusus kuliner tradisional. Kuliner menjadi salah satu sektor yang menjanjikan untuk berkembang dan memiliki peluang usaha yang besar bagi para pengusaha kreatif. Namun, untuk mencapai keberhasilan dalam bisnis kuliner, diperlukan karakteristik kewirausahaan yang kuat dan mampu mengatasi berbagai tantangan dalam persaingan pasar.

Sebagai seorang wirausaha memiliki cara khas yang dilakukan para pelaku usaha dalam menjalankan usaha kuliner tradisional itu yang disebut karakteristik kewirausahaan setiap wirausahawan memiliki cara dan sistem tersendiri, sehingga cara khas pembuatan kuliner tradisional ini sangat-amat banyak diminati dan juga menjadi wisata dalam pembuatan makanannya. Menurut Ridwan (2020:22) Karakteristik berhubungan dengan watak, perilaku, tabiat dan sikap seseorang dalam menjalani hidupnya. Karakteristik dalam kajian ilmu kewirausahaan dikaitkan dengan ciri-ciri perilaku yang dimiliki seseorang dalam proses berwirausaha. Dalam hal kepuasan pelanggan, masing-masing pribadi memiliki standar yang berbeda-beda ada yang menyukai rasa dari pada makanan tersebut dan

ada juga yang tidak menyukai nya.

Perekonomian Indonesia saat ini sedang mengalami pertumbuhan yang pesat. Berbagai sektor industri semakin berkembang, termasuk sektor kuliner dan kewirausahaan. Hal ini tercermin dari banyaknya usaha kuliner dan kewirausahaan yang muncul di berbagai kota di Indonesia.

Sumatera Utara merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki potensi besar dalam sektor industri. Provinsi ini memiliki sumber daya alam yang melimpah, termasuk hasil pertanian dan perikanan yang menjadi bahan baku utama dalam industri kuliner. Selain itu, Sumatera Utara juga menjadi pusat bisnis dan pariwisata di wilayah Sumatera Utara.

Karakteristik kewirausahaan menjadi faktor penting yang mempengaruhi keberhasilan usaha di sektor kuliner. Menurut Andriaskiton dan Fahdian (2022:3907), Keberhasilan usaha adalah suatu keadaan dimana usaha mengalami peningkatan dari hasil yang sebelumnya dan menjadi bagian utama dari sebuah perusahaan dimana segala aktivitas yang ada di dalamnya ditujukan untuk mencapai suatu keberhasilan. Pengusaha yang memiliki karakteristik kewirausahaan yang kuat akan mampu menghadapi berbagai tantangan dan memanfaatkan peluang dengan lebih baik.

Perilaku konsumen adalah suatu perilaku atau tindakan individu maupun kelompok (konsumen) dalam membeli atau mempergunakan produk ataupun jasa yang melibatkan proses pengambilan keputusan sehingga mereka akan mendapatkan produk ataupun jasa yang diinginkan oleh seorang konsumen, Jefri (20

21:1). Perilaku konsumen menjadi faktor penting yang mempengaruhi keberhasilan usaha di sektor kuliner. Menurut Mashur (2016:4-6) Adanya faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha yaitu 1) pengaruh lingkungan yang mencakup budaya, kelas sosial, pribadi, keluarga dan situasi 2) perbedaan dan pengaruh individu yang mencakup sumber daya konsumen, motivasi yang keterlibatan, pengetahuan, sikap, dan kepribadian gaya hidup 3) proses psikologis yang mencakup pengolahan informasi, pembelajaran, perubahan sikap dan perilaku. Para pengusaha kuliner perlu memahami kebutuhan dan preferensi konsumen untuk dapat menciptakan produk yang disukai oleh pasar.

Budaya sangat memengaruhi pemeliharaan dan penyebaran kuliner atau makanan tradisional. Beberapa faktor yang mempengaruhi makanan tradisional adalah sumber daya alam, sejarah perdagangan, ritual kepercayaan, budaya sosial, dan kreativitas dan inovasi. Sosial sangat memengaruhi pilihan makanan tradisional yang kita konsumsi. Beberapa faktor sosial yang dapat mempengaruhi pilihan makanan tradisional adalah keluarga dan budaya, ekonomi, media dan iklan, kepercayaan dan keyakinan pribadi, serta tren. Pribadi mempengaruhi pilihan makanan seseorang antara lain budaya, pengalaman masa kecil, nilai dan keyakinan, kondisi kesehatan, dan pendapatan dapat mempengaruhi pilihan makanan tradisional seseorang. Psikologi dapat mempengaruhi pilihan makanan tradisional seseorang, termasuk asosiasi emosional, identitas kultural, kepercayaan dan nilai pribadi, gaya hidup, serta pengaruh budaya dan media.

Sehingga perilaku konsumen tersebut menjadi hal yang diperhatikan oleh para wirausaha dikarenakan faktor tersebut membuat para calon konsumen menjadi

memiliki banyak sifat, karakter dan cara mereka mengkonsumsi dan menjadi sebuah bahan pertimbangan yang cukup membuat para pelaku usaha kuliner tradisional untuk memutar otaknya.

Tempat dilakukannya penelitian yang diambil oleh penulis adalah salah satu kuliner tradisional yang mencari perhatian publik yaitu Pecel Uyen Ulek berada di Jalan. Sei Kera, Pandau Hilir, Kec. Medan Perjuangan, Kota Medan, Sumatera Utara 20234. Salah satu usaha kuliner tradisional yang lumayan terkenal di Kota Medan. Usaha ini sudah ada sejak tahun 2003 bergerak di bidang kuliner dan menjual berbagai macam makanan seperti pecel uyen, pecel lontong, tahu goreng, bumbu kacang, tahu goreng bumbu kecap, tahu goreng lontong, rujak ulek, peyek kacang, gado-gado, nasi dan rujak.



Gambar 1.1 Lokasi Pecel Uyen Ulek

Usaha ini merupakan usaha turun temurun dan saat ini sudah diteruskan oleh generasi ke 2 dari keluarga tersebut. Penjual melayani makan langsung di tempat dan bungkus (*take away*) sehingga pembeli tidak perlu khawatir jika merasa tidak nyaman untuk makan di tempat. Pecel uyen ulek juga bekerja sama dengan 2 (dua)

layanan pesan antar seperti *Gofood* dan *Grabfood* sehingga dapat memudahkan para pembeli yang tidak dapat pergi langsung ke tempatnya.

Adapun data penjualan usaha Pecel Uyen Ulek 5 tahun yang lalu disajikan sebagai berikut :

Tabel 1.1
Data Penjualan Usaha Pecel Uyen Ulek Periode 2018-2022

Tahun	Omset Penjualan
2018	Rp. 145.679.000
2019	Rp. 134.895.000
2020	Rp. 97.353.000
2021	Rp. 100.230.000
2022	Rp. 106.880.000

Sumber: Data Penjualan Pecel Uyen Ulek periode 2018-2022

Dari tabel 1.1 di atas dapat dilihat bahwa penjualan Pecel Uyen Ulek tahun 2020 mengalami penurunan sebesar Rp. 97.353.000 dan tahun 2021 mengalami kenaikan kembali dengan Rp. 100.230.000. Pada tahun 2022 penjualan mengalami kenaikan dengan Rp. 106.880.000. Berdasarkan observasi awal yang dilakukan, penurunan penjualan yang terjadi dapat berdampak pada keberhasilan usaha dimana untuk faktor yang mempengaruhinya sendiri diduga akibat perilaku konsumen serta karakteristik dari pemilik usaha sendiri.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka peneliti sangat tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **"ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DAN KARAKTERISTIK KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KEBERHASILAN USAHA PECEL UYEN ULEK MEDAN"**

1.2 Identifikasi Masalah

Pada latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka identifikasi masalah dalam peneliti yaitu :

1. Pemilik usaha pecel uyen ulek kurang berinovatif dalam menjual produknya khususnya masakan makanan tradisional.
2. Konsumen yang suka mengikuti trend atau ajakan teman untuk makan di tempat lain dan memilih jenis makanan lain sehingga usaha pecel uyen ulek mengalami penurunan penjualan.

1.3 Batasan Masalah

Oleh karena keterbatasan pengetahuan, kemampuan dana dan waktu maka penulis membatasi masalah hanya pada ruang lingkup antara variabel Perilaku Konsumen (X1) dan Karakteristik Kewirausahaan (X2) terhadap Keberhasilan Usaha (Y) tempat objek penelitian ini adalah Pecel Uyen Ulek Medan.

1.4 Rumusan Masalah

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

1. Apakah Perilaku Konsumen berpengaruh signifikan terhadap Keberhasilan Usaha Pecel Uyen Ulek?
2. Apakah Karakteristik Kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap Keberhasilan Usaha Pecel Uyen Ulek?
3. Apakah Perilaku Konsumen dan Karakteristik Kewirausahaan berpengaruh signifikan dan simultan terhadap Keberhasilan Usaha Pecel Uyen Ulek?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keberhasilan Usaha Pecel Uyen Ulek?
2. Untuk mengetahui apakah pengaruh Karakteristik Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha Pecel Uyen Ulek?
3. Untuk mengetahui apakah pengaruh Perilaku Konsumen dan Karakteristik Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha Pecel Uyen Ulek?

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Bagi Usaha Pecel Uyen Ulek

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi yang valid mengenai pengaruh Perilaku Konsumen dan Karakteristik Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha pada usaha Pecel Uyen Ulek.

2. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan menjadi sebuah bahan referensi atau informasi bagi penelitian yang serupa untuk dijadikan sebagai penambahan wawasan atau pemahaman peneliti di masa yang akan datang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Keberhasilan Usaha

2.1.1.1 Pengertian Keberhasilan Usaha

Menurut Riyanti (2003), "Keberhasilan usaha yaitu usaha kecil berhasil karena wirausaha memiliki otak yang cerdas, yaitu kreatif mengikuti perkembangan teknologi dan dapat menerapkan secara proaktif."

Menurut Ardiyanti & Mora (2019:4), "Keberhasilan usaha merupakan kondisi atau keadaan untuk meningkatkan kemajuan tujuan usaha yang dibuktikan dengan volume usaha, kekayaan bersih dan laba bersih. Berdasarkan pengertian tersebut, keberhasilan usaha dapat diartikan sebagai tindakan, pengerahan tenaga dan pikiran, sehingga terjadi perubahan atau kemajuan yang lebih baik secara kualitatif dan kuantitatif sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan."

Menurut Saryanto (2018:5), "Keberhasilan usaha adalah keberhasilan dari bisnis mencapai tujuannya, dimana keberhasilan tersebut didapatkan dari wirausaha yang memiliki otak cerdas yaitu kreatif, mengikuti perkembangan teknologi, dan dapat menerapkan secara produktif dan hal tersebut terlihat dari usaha dari usaha dari wirausaha dimana suatu keadaan usahanya yang lebih baik dari periode sebelumnya dan menggambarkan lebih daripada yang lainnya yang sederajat."

Menurut Miftah dan Pangiuk (2020:154), "Keberhasilan dari suatu usaha adalah suatu kondisi dan keadaan di mana usaha yang lebih baik daripada keadaan

sebelumnya serta dapat tercapai tujuan yang diharapkan.”

Menurut Musarrofah (2022:44), ”Keberhasilan usaha adalah kenyataan penyesuaian rencana dengan proses pelaksanaannya dan hasil yang dicapai. Keberhasilan usaha harus dinilai sehubungan dengan pencapaian tujuan, yang dicapai dengan pencapaian tujuan yang populer adalah menghasilkan laba.”

Berdasarkan pengertian para ahli diatas, maka peneliti menyimpulkan keberhasilan usaha adalah keberhasilan dari suatu usaha yang bisa terus melakukan perubahan (kreatif dan inovatif) dan terus maju mengikuti perkembangan teknologi untuk menjadi lebih baik secara kualitatif, kuantitatif, maupun efisien dan mampu menerapkan nya secara proaktif.

2.1.1.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha

Menurut Murphy and Peck (1980) dalam Alma (2017:106) seorang wirausaha dapat berhasil mencapai puncak karir ditentukan oleh beberapa faktor, yaitu sebagai berikut:

1. Kemauan bekerja keras

Kerja keras merupakan modal dasar untuk keberhasilan seseorang. Dalam hal ini, unsur disiplin memainkan peranan penting. Setiap pengusaha yang sukses selalu menumpuh saat-saat ia harus bekerja keras membanting tulang dalam merintis perusahaanya.

2. Bekerja sama dengan orang lain

Memperluas jaringan dengan lingkungan luar usaha merupakan kewajiban bagi pelaku usaha. Hal ini berguna untuk memperoleh informasi serta dukungan dari lingkungan sekitar.

3. Penampilan yang baik

Ini bukan berarti penampilan body face/muka yang elok atau paras cantik. Akan tetapi, lebih ditekankan pada penampilan perilaku jujur dan disiplin.

4. Keyakinan diri

Seorang wirausaha harus memiliki keyakinan diri bahwa akan sukses melakukan suatu usaha, jangan ragu dan bimbang. Keyakinan ini diimplementasikan dalam tindakan sehari-hari, melangkah pasti, tekun, sabar, tidak ragu-ragu.

5. Pandai membuat keputusan

Jika dihadapkan pada alternatif, harus memilih, maka harus membuat pertimbangan yang matang. Mengumpulkan informasi setelah itu mengambil keputusan tanpa ragu. Dari berbagai alternatif yang ada, pelaku harus mengambil keputusan terbaik.

6. Mau menambah ilmu pengetahuan

Pendidikan ini bukan berarti harus masuk perguruan tinggi, melainkan pendidikan dalam bentuk kursus-kursus, penataran di kantor, membaca buku, dan sebagainya. Pendidikan college dalam bentuk diploma akan sangat membantu seseorang menemukan dan mengembangkan jiwa serta operasional wirausaha.

7. Ambisi untuk maju

Adanya latar belakang tekanan pekerjaan, pendapatan yang minim, serta faktor lain biasanya membuat karyawan beralih menjadi seorang wirausaha. Hal tersebutlah yang membuat pelaku usaha berusaha untuk maju. Pelaku usaha harus memiliki semangat tinggi, mau berjuang untuk maju. Orang-orang yang gigih dalam menghadapi pekerjaan dan tantangan, biasanya banyak berhasil dalam kehidupan.

8. Pandai berkomunikasi

Pandai berkomunikasi berarti pandai mengorganisasikan buah pikiran ke dalam bentuk ucapan-ucapan yang jelas menggunakan tutur kata yang enak didengar, mampu menarik perhatian orang lain. Komunikasi baik diikuti dengan perilaku jujur, konsisten dalam pembicaraan akan sangat membantu seseorang dalam mengembangkan karir masa depannya. Dari faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha diatas, yang termasuk ke dalam faktor internal adalah kemauan bekerja keras, penampilan yang baik, keyakinan diri, pandai membuat keputusan, mau menambah ilmu pengetahuan, berambisi untuk maju, serta pandai dalam berkomunikasi. Dan yang menjadi faktor eksternal adalah kemampuan bekerjasama dengan orang lain. Dalam penelitian ini, penulis meneliti motivasi untuk berambisi maju sebagai faktor internal wirausaha dan kemampuan bekerjasama dengan orang lain yang merupakan dukungan sosial sebagai faktor eksternal.

2.1.1.3 Indikator Keberhasilan Usaha

Indikator dalam menentukan keberhasilan usaha. Menurut Saryanto (2018:8), beberapa indikator dalam menentukan keberhasilan usaha:

1. *Laba/profitability*
 Laba merupakan tujuan utama dari bisnis. Laba usaha adalah selisih antara pendapatan dengan biaya.
2. Produktivitas dan efisiensi
 Besar kecilnya produktivitas suatu usaha akan menentukan besar kecilnya produksi
3. Daya saing
 Daya saing adalah kemampuan atau ketangguhan dalam bersaing untuk merebut perhatian dan loyalitas konsumen.
4. Kompetensi dan etika usaha
 Kompetensi merupakan akumulasi dari pengetahuan, hasil penelitian dan pengalaman secara kuantitatif maupun kualitatif dalam bidangnya sehingga dapat menghasilkan inovasi sesuai dengan tuntutan zaman.
5. Terbangunnya citra baik
 Citra baik perusahaan terbagi dua yaitu *trust* internal dan *trust* eksternal. *Trust* internal adalah amanah atau *trust* dari segenap orang yang ada dalam perusahaan. Sedangkan *trust* eksternal adalah timbulnya rasa amanah atau percaya dari segenap *stakeholder* perusahaan.

2.1.2 Teori Perilaku Konsumen

2.1.2.1 Pengertian Perilaku Konsumen

Menurut Siti (2018:3), "Perilaku konsumen adalah tindakan yang dilakukan oleh konsumen terkait dengan proses pengambilan keputusan yang dipengaruhi oleh lingkungan, dan tindakan pascapembelian meliputi puas dan tidak puas."

Menurut Jefri (2021:1), "Perilaku konsumen adalah suatu perilaku atau tindakan individu maupun kelompok (konsumen) dalam membeli atau mempergunakan produk ataupun jasa yang melibatkan proses pengambilan keputusan sehingga mereka akan mendapatkan produk ataupun jasa yang diinginkan oleh seorang konsumen."

Menurut Abdul (2020:1), " Perilaku konsumen juga dapat diartikan sebagai studi tentang individu-individu, kelompok maupun organisasi mengenai segala kegiatan yang berkaitan dengan pembelian, penggunaan ataupun pembuangan barang atau jasa. Perilaku konsumen ini bisa berupa respon emosional, mental ataupun segala hal yang menjadi faktor dasar dalam melakukan tindakan konsumtif."

Menurut Rudy (2021:1), " Perilaku konsumen adalah proses dan aktivitas ketika seseorang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan. Perilaku konsumen merupakan hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian."

Menurut Mashur (2016:3), "Perilaku konsumen merupakan studi yang mempelajari bagaimana cara individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli,

memakai, serta memanfaatkan barang, jasa, gagasan atau pengalaman dalam rangka memuaskan kebutuhan dan hasrat mereka.”

Berdasarkan pengertian para ahli diatas, maka peneliti menyimpulkan perilaku konsumen adalah aktivitas seseorang, kelompok, atau organisasi yang melakukan pembelian, penggunaan atau pembuangan produk, barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan.

2.1.2.2 Faktor-Faktor Yang mempengaruhi Perilaku Konsumen

Menurut Jefri (2021:6), ”Faktor-faktor yang memengaruhi perilaku pembelian konsumen ada tiga yaitu faktor budaya, faktor sosial dan faktor pribadi. Berikut adalah penjelasan lengkap dari ketiga faktor tersebut:

1. Faktor Budaya (*Culture Factor*)

Faktor budaya terdiri dari sub-budaya yang lebih menampakkan identitas serta sosialisasi khusus bagi para anggotanya. Faktor budaya terdiri dari budaya (*culture*) itu sendiri dan sub-budaya (*sub-culture*):

a. Budaya (*Culture*)

Budaya adalah penentu dasar keinginan serta perilaku seseorang. Pemasar benar-benar memperhatikan nilai-nilai budaya di setiap negara untuk memahami cara terbaik dalam Konsep Perilaku Konsumen memasarkan produk lama mereka dan mencari peluang untuk produk baru.

b. Sub-budaya (*Sub-culture*)

Setiap budaya terdiri dari sub-budaya yang lebih kecil yang memberikan lebih banyak ciri-ciri sosialisasi bagi anggotanya. Sub-budaya meliputi kebangsaan, agama, kelompok ras dan wilayah geografis. Ketika sub-budaya tumbuh besar dan cukup kaya maka perusahaan akan sering dalam merancang program pemasaran khusus untuk melayani mereka.

2. Faktor Sosial (*Social Factor*)

Selain faktor budaya, faktor sosial seperti kelompok referensi (*references group*), keluarga (*family*) serta peran sosial dan status (*role and status*) turut memengaruhi dalam perilaku pembelian. Dibawah ini dijelaskan mengenai ketiga kelompok tersebut yaitu mengenai kelompok acuan, keluarga, peran dan status.

a. Kelompok referensi (*References group*)

Adalah semua kelompok yang mempunyai pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku orang tersebut. Kelompok referensi akan memengaruhi anggota setidaknya dengan tiga cara. Mereka akan memperkenalkan perilaku dan gaya hidup baru kepada seseorang kemudian mereka memengaruhi sikap dan konsep diri serta mereka akan menciptakan tekanan kenyamanan yang dapat memengaruhi pilihan produk dan merek. Jika Teori Perilaku Konsumen pengaruh kelompok referensi kuat, maka pemasar harus menentukan cara untuk menjangkau dan memengaruhi pemimpin opini kelompok.

b. Keluarga (*Family*)

Adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat dan anggota keluarga mempresentasikan kelompok referensi utama yang paling berpengaruh. Ada dua keluarga dalam kehidupan konsumen, pertama adalah keluarga orientasi (*family of orientation*) yang terdiri dari orang tua dan saudara kandung sedangkan yang kedua adalah keluarga prokreasi (*family of procreation*) yaitu pasangan dan anak-anak.

c. Peran dan status (*Role and status*)

Orang berpartisipasi dalam banyak kelompok, klub dan organisasi. Kelompok sering menjadi sumber informasi penting dan membantu dalam mendefinisikan norma perilaku. Kita dapat mendefinisikan posisi seseorang dalam setiap kelompok dimana ia menjadi anggota berdasarkan peran dan status. Peran (*role*) tersebut terdiri dari kegiatan yang diharapkan akan dapat dilakukan seseorang dan setiap peran menyandang status.

3. Faktor pribadi (*Personal Factor*)

Keputusan pembelian konsumen juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. Faktor pribadi ini terdiri dari Konsep Perilaku Konsumen.

a. Usia dan Tahap Siklus Hidup (*Age and Life Cycle Stage*)

Konsumen akan membeli barang atau jasa yang berbeda sepanjang hidupnya. Konsumen juga dibentuk oleh siklus hidup keluarga, orang dewasa dan kemudian akan mengalami perjalanan dan perubahan sepanjang hidupnya. Pemasar akan memberikan perhatian yang besar ke

pada perubahan siklus hidup karena berpengaruh pada perilaku konsumen,

b. Pekerjaan dan Lingkungan Ekonomi (*Economic Situation*)

Pekerjaan juga akan memengaruhi pola konsumsi konsumen. Pemasar akan berusaha untuk mengidentifikasi kelompok pekerjaan yang mempunyai minat di atas rata-rata terhadap produk dan jasa mereka dan bahkan menghantarkan produk khusus untuk kelompok pekerjaan tertentu. Pilihan produk juga sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi seseorang.

c. Kepribadian dan Konsep Diri (*Personality and Self-Concept*)

Kepribadian dan konsep diri setiap konsumen mempunyai karakteristik pribadi yang memengaruhi perilaku pembeliannya. Dan yang dimaksud dengan kepribadian (*personality*) adalah sekumpulan sifat psikologis manusia yang menyebabkan respons yang relatif konsisten dan tahan lama terhadap rangsangan lingkungan (termasuk perilaku pembelian).

d. Gaya hidup (*Life style*)

Perilaku konsumen sub-budaya, kelas sosial dan pekerjaan yang sama mungkin akan mempunyai gaya hidup yang cukup berbeda. Sebagian gaya hidup akan terbentuk oleh keterbatasan uang atau keterbatasan waktu yang dimiliki konsumen. Perusahaan yang mempunyai tujuan melayani konsumen dengan keuangan terbatas akan menciptakan produk dan jasa yang murah.

2.1.2.3 Indikator Perilaku Konsumen

Menurut Linardi dkk (2022:1645), "Perilaku konsumen dapat diidentifikasi dari tiga indikator yaitu:

1. *Input* dalam hal ini merujuk pada strategi marketing yang dibentuk sebuah perusahaan. Empat aspek utama dalam indikator tersebut atau marketing mix terdiri dari *product, price, place* dan *promotion*.
2. *Process* indikator ini berhubungan dengan proses transaksi oleh seorang konsumen. Mulai dari mengetahui hingga mengevaluasi sebuah produk.
3. *Output* adalah respons yang diberikan konsumen terhadap produk atau perusahaan

2.1.3 Teori Karakteristik Kewirausahaan

2.1.3.1 Pengertian Karakteristik Kewirausahaan

Menurut Agus (2021:13), "Kewirausahaan berasal dari kata entrepreneur yang memiliki arti sebagai suatu kemampuan dalam berpikir kreatif dan inovatif dalam bergerak. Kata kewirausahaan pertama kali dikemukakan oleh Richard Cantillon, yang semakin populer semenjak digunakan oleh pakar ekonomi J.B Say."

Menurut Ridwan (2020:22), "Karakteristik berhubungan dengan watak, perilaku, tabiat dan sikap seseorang dalam menjalani hidupnya. Karakteristik dalam kajian ilmu kewirausahaan dikaitkan dengan ciri-ciri perilaku yang dimiliki seseorang dalam proses berwirausaha."

Menurut Alifudin (2015:29), "Seseorang dikatakan punya jiwa wirausaha bila jeli melihat peluang, pantang menyerah, kreatif dan inovatif, dan berani meng

ambil risiko. Karakteristik seperti itulah yang mendorong maju tidaknya sebuah usaha”

Menurut Vindya (2018:37), ”Karakteristik kewirausahaan merupakan salah satu hal penting bagi seorang wirausaha yang tidak terlepas dari kesuksesan sebuah usaha untuk menghadapi tantangan bisnis yang berkinerja tinggi serta dinamis.”

Menurut Rusdiana (2018:118), ”Wirausahawan mempunyai sifat yang sama Mereka mempunyai tenaga, keinginan untuk terlibat dalam petualangan inovatif, kemauan untuk menerima tanggung jawab pribadi dalam mewujudkan suatu peristiwa dengan cara yang mereka pilih, dan keinginan untuk berprestasi yang sangat tinggi.”

Berdasarkan pengertian para ahli diatas, maka peneliti menyimpulkan kewirausahaan merupakan salah satu hal yang penting dalam sebuah usaha. Dikarenakan seseorang yang memiliki jiwa wirausaha memiliki watak yang pantang menyerah, sikap yang dapat tanggung jawab, berani mengambil risiko, dan berpikir kreatif dan inovatif. Semua hal itu dilakukan agar dapat mencapai prestasi yang tinggi.

2.1.3.2 Indikator Karakteristik Kewirausahaan

Menurut Rusdiana (2018:116), ”Karakteristik kewirausahaan yang berhasil dapat dilihat dari indikator:

1. Proaktif, yaitu selalu ada inisiatif dan *assertiveness*.

2. Berorientasi pada prestasi, yang tercermin dalam *ess and acts* terhadap peluang, orientasi efisiensi, mengutamakan kualitas pekerjaan, berencana, dan mengutamakan *monitoring*.
3. Komitmen terhadap perusahaan lain, misalnya dalam mengadakan kontrak kerja dan mengenal baik hubungan bisnis.

2.2 Penelitian Terdahulu

Menurut Tohardi (2019:18), "Ketika seorang peneliti mempersiapkan penelitiannya, maka keberadaan hasil penelitian yang relevan sangatlah berguna bagi seorang peneliti. Dalam penelitian ini, peneliti mereferensi beberapa tinjauan penelitian terdahulu yang dapat mendukung.

Tabel 2.2
Penelitian Terdahulu

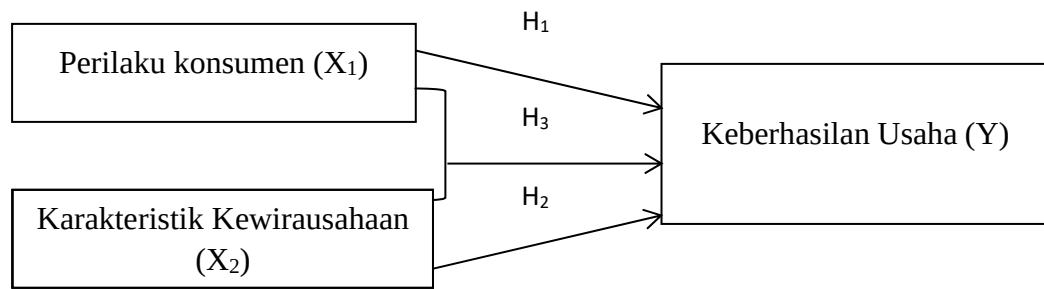
No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1	Sopiana & Sadjiarto (2021) Jurnal Manajemen Kewirausahaan, Vol. 18, No. 01 Juni 2021 SINTA 4	Karakteristik Kewirausahaan Dan Implikasinya Pada Keberhasilan usaha Favor Cafe Salatiga	Variabel Independen: Karakteristik Kewirausahaan (X1) Variabel Dependen: Keberhasilan Usaha (Y)	Simpulan dari penelitian ini adalah bahwa karakteristik kewirausahaan yang dimiliki oleh pemilik usaha Favor Cafe Salatiga diantaranya meliputi: 1. Percaya diri ditunjukkan dengan keyakinan akan produk yang dijual. 2. Berorientasi pada tugas dan hasil yaitu dengan cara membangun tim yang solid. 3. Berani mengambil resiko. 4. Kepemimpinan bertanggung jawab, bersikap tenang, memiliki pendirian yang teguh, menekankan pada aspek spiritual dan juga menerapkan personal education kepada karyawan. 5. Berorientasi ke masa depan. 6. Kreatif dan inovatif.

				7. Sifat kemandirian. 8. Memiliki tanggung jawab jika ada komplain dari pelanggan. 9. Memiliki kemampuan personal untuk “meng-upgrade” pengetahuan di seputar bisnis kuliner.
2	Sumari & Putri (2022) Jurnal IKRA-ITH Ekonomika, Vol.5, No.3 November 2022 SINTA 5	Karakteristik Kewirausahaan, Strategi Pemasaran dan Modal Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi UMKM Kuliner Wilayah Kecamatan Tanjung Priok-Jakarta Utara)	Variabel Independen : Karakteristik Kewirausahaan (X1) Variabel Dependen: Keberhasilan Usaha (Y)	Hasil penelitian diatas dapat dibuat kesimpulan : 1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Karakteristik Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha UMKM Kuliner Wilayah Kecamatan Tanjung Priok – Jakarta Utara. 2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Strategi Pemasaran terhadap Keberhasilan Usaha UMKM Kuliner Wilayah Kecamatan Tanjung Priok – Jakarta Utara. 3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Modal Usaha terhadap Keberhasilan Usaha UMKM Kuliner Wilayah Kecamatan Tanjung Priok – Jakarta Utara. 4. Secara Bersama-sama (simultan) terdapat pengaruh positif dan signifikan Karakteristik Kewirausahaan , Strategi Pemasaran , Modal Usaha terhadap Keberhasilan Usaha UMKM Kuliner Wilayah Kecamatan Tanjung Priok – Jakarta Utara.
3	Elinuari & Marlana (2021) Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), Vol. 9, No. 1 Tahun 2021 SINTA 5	Pengaruh Budaya Tionghua Dan Pendidikan Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha Etnis Tionghua Di Tulungagung	Variabel Independen: Budaya (X1) Variabel Dependen: Keberhasilan Usaha (Y)	Berdasarkan penjabaran yang telah dijelaskan sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan : 1. Variabel Budaya (X1) secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap variabel Keberhasilan usaha (Y) Etnis Tionghoa di Tulungagung.

				2. Variabel Pendidikan (X2) berpengaruh positif terhadap variabel keberhasilan usaha (Y) Etnis Tionghoa di Tulungagung. 3. Variabel Budaya (X1) dan variabel pendidikan (X2) secara simultan berpengaruh terhadap variabel keberhasilan usaha (Y) Etnis Tionghoa di Tulungagung
4	Tupamalu (2020) Journal Of Economic, Business, and Accounting, Vol. 3, No. 2 Juni 2020 SINTA 4	Efek Moderasi Orientasi Strategi Antara Karakteristik Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Pariwisata	Variabel Independen: Karakteristik Kewirausahaan (X1) Variabel Dependen: Keberhasilan Usaha	Hasil penelitian menunjukkan, aspek kepribadian personal atau ciri pribadi dan ciri keterampilan pengusaha yang mendasari karakter pengelolaan bisnis yang khas dapat menetralkan atau meminimalkan <i>barrier</i> aktivitas bisnis sebagai dampak tantangan lingkungan eksternal
5	Moelrine & Syarif (2023) Jurnal IKRA-ITH Ekonomika, Vol. 6, No. 1 Maret 2023 SINTA 5	Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Karakteristik Kewirausahaan dan Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan UMKM Desa Bojong Kulur	Variabel Independen: Karakteristik Kewirausahaan (X1) Variabel Dependen: Keberhasilan Usaha (Y)	Hasil penelitian menunjukkan: pertama pengaruh positif dan signifikan pengetahuan kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha, kedua terdapat pengaruh positif dan signifikan karakteristik kewirausahaan, ketiga terdapat pengaruh positif dan signifikan terdapat pengaruh positif dan signifikan, keempat dapat diterima dan dapat diartikan bahwa pengetahuan kewirausahaan, karakteristik kewirausahaan, dan kompetensi kewirausahaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap keberhasilan usaha .

2.3 Kerangka Konseptual

Berikut kerangka konseptual yang akan digunakan dalam penelitian yaitu:



Gambar 2.3
Kerangka Konseptual

2.4 Hipotesis Penelitian

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

- H₁: Terdapat pengaruh Perilaku konsumen terhadap Keberhasilan Usaha Pecel Uyen Ulek Medan.
- H₂: Terdapat pengaruh Karakteristik Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha Pecel Uyen Ulek Medan.
- H₃: Terdapat pengaruh Perilaku Konsumen dan Karakteristik Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha Pecel Uyen Ulek Medan.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan pada Pecel Uyen Ulek yang beralamat di Jalan. Sei Kera, Pandau Hilir, Kec. Medan Perjuangan, Kota Medan, Sumatera Utara 20234.

3.1.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dimulai dari bulan Maret 2023 - April 2023

3.2 Jenis dan Sumber Data

3.2.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian adalah data kuantitatif . Menurut Sugiyono (2021:9) “Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan/scoring”.

3.2.2 Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data primer

Menurut Sugiyono (2021:194) menyampaikan bahwa “Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data “Kuisisioner berisi daftar pertanyaan yang terstruktur dan materinya berhubungan Analisis Perilaku Konsumen dan Karakteristik Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Pecel Uyen Ulek Medan.”

2. Data sekunder

Menurut Sugiyono (2021:194), “Sumber sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpulan data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen, yaitu data tersebut diperoleh dan diolah dari sumber usaha Pecel Uyen Ulek.”

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2021:126) menyampaikan bahwa “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek / subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian ditarik kesimpulanya.” Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pada usaha Pecel Uyen Ulek selama tahun 2023 menggunakan rumus hair.

3.3.2 Sampel

Menurut Hair, Anderson, Tatham, & Black (2010), “Besarnya sampel bila terlalu besar akan menyulitkan untuk mendapatkan model yang cocok, dan disarankan ukuran sampel yang sesuai antara 100-200 responden agar dapat digunakan estimasi interpretasi dengan (SEM).” Untuk ini jumlah sampel akan di tentukan berdasarkan hasil perhitungan sampel minimum, penentuan jumlah sampel minimum untuk SEM menurut hair adalah. (Jumlah Indikator + Jumlah Variabel Laten) x (5 sampai 10 kali) berdasarkan pedoman tersebut maka jumlah sampel maksimal untuk penelitian ini adalah Sampel maksimal = $(11+3) \times 10 = 140$ responden.

Berdasarkan rumus diatas maka jumlah sampel maksimal dalam penelitian ini adalah 140 responden konsumen pecel uyen ulek. Teknik sampling yang digunakan sampling insidental. Disampaikan oleh Sugiyono (2021:133), “Sampling insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.”

3.4 Definisi Operasional Variabel

Agar penelitian ini dapat dilaksanakan sesuai dengan yang diharapkan, maka perlu dipahami berbagai unsur-unsur yang menjadi dasar dari suatu peneliti ilmiah yang termuat dalam operasionalisasi variabel penelitian :

Tabel 3.4
Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala Ukur
Keberhasilan Usaha (Y)	Keberhasilan usaha adalah keberhasilan dari bisnis mencapai tujuannya, dimana keberhasilan tersebut didapatkan dari wirausaha yang memiliki otak yang cerdas, yaitu kreatif, mengikuti perkembangan teknologi, dan dapat menerapkan secara produktif dan hal tersebut terlihat dari usaha dari wirausaha dimana suatu keadaan usahanya yang lebih baik dari periode sebelumnya dan menggambarkan lebih daripada yang lainnya yang sederhana Sumber: Saryanto (2018:5)	1. Laba/ <i>profitability</i> 2. Produktivitas dan efisiensi 3. Daya saing 4. Kompetensi dan etika usaha 5. Terbangunnya citra baik Sumber: Saryanto (2018:8)	Skala Likert

Perilaku Konsumen (X1)	Perilaku konsumen merupakan studi yang mempelajari bagaimana cara individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, memakai, serta memanfaatkan barang, jasa, gagasan atau pengalaman dalam rangka memuaskan kebutuhan dan hasrat mereka. Sumber: Mashur (2016:3)	1. <i>Input</i> 2. <i>Process</i> 3. <i>Output</i> Sumber: Linardi dkk (2022:1645)	Skala Likert
Karakteristik Kewirausahaan (X2)	Wirausahawan mempunyai sifat yang sama mereka mempunyai tenaga, keinginan untuk terlibat dalam petualangan inovatif, kemauan untuk menerima tanggung jawab pribadi dalam mewujudkan suatu peristiwa dengan cara yang mereka pilih, dan keinginan untuk berprestasi yang sangat tinggi. Sumber: Rusdiana (2018:118)	1. Proaktif 2. Berorientasi pada prestasi 3. Komitmen Sumber: Rusdiana (2018:116)	Skala Likert

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Metode Angket (Kuesioner), yaitu Konsumen pada usaha Pecel Uyen Ulek yang dilakukan peneliti untuk mendapatkan data yaitu dengan cara penyebaran angket . Kuesioner ini dimaksudkan untuk memperoleh data berupa informasi secara tertulis dan langsung dari responden. Jawaban dari responden bersifat kualitatif yang kemudian dikuantitatifkan dan diukur dengan menggunakan skala tingkat (Likert). Menurut sugiyono (2021:146), Skala likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam pengukuran aspek pengaruh kreativitas dan inovasi gunakan

skala tingkat (*likert*) dengan keterangan sebagai berikut:

- a. Skor 5 adalah jawaban Sangat Setuju (SS)
 - b. Skor 4 adalah jawaban Setuju (S)
 - c. Skor 3 adalah jawaban Ragu-ragu (RR)
 - d. Skor 2 adalah jawaban Tidak Setuju (TS)
 - e. Skor 1 adalah jawaban Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Wawancara yang dilakukan kepada karyawan usaha Pecel Uyen Ulek pada awal penelitian untuk mencari tahu tentang fenomena-fenomena yang terjadi di rumah makan.
 3. Studi dokumentasi peneliti menggunakan metode ini untuk mencari informasi tentang profil perusahaan dan juga teori-teori yang dapat digunakan sebagai referensi penelitian.

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Uji Validitas

Menurut Ghozali (2018:51), “Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.”

Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk degree of freedom (df) = $n-2$, dalam hal ini adalah jumlah sampel dengan alpha sebesar 10 % dengan ketentuan :

1. Hasil $r_{hitung} > r_{tabel}$ = valid

2. Hasil $r_{hitung} < r_{tabel}$ = tidak valid

Jika r_{hitung} pada tiap butir pernyataan lebih besar dari pada r_{tabel} dan nilai r positif maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2018:45), “Reliabilitas sebenarnya adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk.”

Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan dua cara yaitu:

1. *Repeated Measure* atau pengukuran ulang: Disini seseorang akan disodori pertanyaan yang sama pada waktu yang berbeda, dan kemudian dilihat apakah ia tetap konsisten dengan jawabannya.
2. *One shot* atau pengukuran sekali saja: Disini pengukurannya hanya sekali dan kemudian dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0.70 .

Pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas sebagai berikut:

- a. Cronbach'S alpha $< 0,6$ = reliabilitas buruk.
- b. Cronbach'S alpha $0,6-0,79$ = reliabilitas diterima
- c. Cronbach'S alpha $0,8$ = reliabilitas baik

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Dalam suatu penelitian kemungkinan akan munculnya masalah dalam analisis regresi sering dalam mencocokkan model prediksi ke dalam sebuah model

yang telah dimasukkan ke dalam serangkaian data. Asumsi klasik yang harus terpenuhi dalam model regresi linear antara lain residual terdistribusi normal, tidak adanya multikolinearitas dan tidak adanya heteroskedastisitas.

3.6.3.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018:161), “Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.” Ada 2 cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik.

1. Analisis grafik

Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Namun demikian hanya dengan melihat histogram hal yang dapat menyesatkan khususnya untuk jumlah sampel yang kecil. Metode yang lebih handal adalah dengan melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya. Dengan melihat tampilan grafik histogram maupun grafik normal plot dapat disimpulkan bahwa grafik histogram memberikan pola distribusi yang menceng (*skewness*) ke kiri dan tidak normal. Sedangkan pada grafik normal plot terlihat titik-titik menyebar disekitar garis diagonal, serta penyebarannya agak menjauh dari garis diagonal. Kedua grafik ini menunju

kan bahwa model regresi menyalahi asumsi normalitas.

Menurut Ghozali (2018:163), pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusan:

- a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas
- b. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

2. Analisis statistik

Uji normalitas dengan grafik dapat menyesatkan kalau tidak hati-hati secara visual kelihatan normal, pada hal secara statistik bisa sebaliknya. Oleh sebab itu dianjurkan disampingnya uji grafik dilengkapi dengan uji statistik. Uji statistik sederhana dapat dilakukan dengan melihat nilai kurtosis dan *skewness* dari residual

Menurut Ghozali (2018:163), “Uji normalitas dengan statistik dapat menggunakan metode *one kolmogorov simirnov*, kriteria pengujiannya :

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

3.6.3.2 Uji Multikolinieritas

Menurut Ghazali (2018:107), bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Multikolonieritas dapat juga dilihat dari (1) nilai tolerance dan lawannya (2) *variance inflation factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel indenpenden manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Dalam pengertian sederhana setiap variabel independen menjadi variabel dependen (terikat) dan diregres terhadap variabel independen lainnya. Tolerance mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF=1/Tolerance$). Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikonieritas adalah nilai $Tolerance \leq 10$.

3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghazali (2018:137), heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Cara mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan cara meilhat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED diaman sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di-studentized. Dasar analisis :

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

3.6.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Ghozali (2018: 95), Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (variabel penjelas/bebas), dengan tujuan untuk mengestimasi dan/atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui. Analisis linear berganda merupakan analisis untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (independen) yang jumlahnya lebih dari satu terhadap satu variabel terikat (dependen). Model analisis regresi linear berganda digunakan untuk menjelaskan hubungan dan seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). Persamaan regresi linear berganda umumnya dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = a + B_1X_1 + B_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = keberhasilan usaha (dependent variabel)

X₁= prilaku konsumen (independent variabel)

X₂ =karakteristik kewirausahaan (independent variabel)

a = Konstanta

B_1 = Koefisien variabel perilaku konsumen

B_2 = koefisien variabel karakteristik kewirausahaan

e = persentase kesalahan

3.6.5 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T)

Menurut Ghozali (2018:179), Uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Dengan bentuk pengujian sebagai berikut:

1. $H_0 : b_1, b_2 = 0$, Artinya Perilaku Konsumen; Karakteristik Kewirausahaan secara parsial tidak berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha Pecel Uyen Ulek.
2. $H_A : b_1, b_2 \neq 0$, Artinya Perilaku Konsumen; Karakteristik Kewirausahaan secara parsial berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha Pecel Uyen Ulek.

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 :

1. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima, H_A ditolak.
2. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, H_A diterima

3.6.6 Pengujian Hipotesis Secara Serempak (Uji F)

Menurut Ghozali (2018:179), Uji pengaruh bersama-sama (joint) digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama atau joint mempengaruhi variabel dependen. Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. $H_0 : b_1, b_2 = 0$, Artinya Perilaku Konsumen; Karakteristik Kewirausahaan secara serempak tidak berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha Pecel Uyen Ulek.
2. $H_0 : b_1, b_2 \neq 0$, Artinya Perilaku Konsumen; Karakteristik Kewirausahaan secara serempak berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha Pecel Uyen Ulek

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:

1. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 diterima, H_A ditolak.
2. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, H_A diterima.

3.6.7 Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Nugraha, (2022:32) Koefisien determinasi (R^2) pada intinya untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Y). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol atau satu. Semakin tinggi nilai koefisien determinasi akan semakin baik kemampuan variabel independen (X) dalam menjelaskan perilaku variabel dependen (Y). Terdapat dua jenis koefisien determinasi, yaitu r koefisien determinasi biasa dan koefisien determinasi disesuaikan (Adjusted R Square). Pada regresi linier berganda, penggunaan koefisien determinasi yang telah disesuaikan lebih baik dalam melihat seberapa baik model dibandingkan koefisien determinasi. Koefisien determinasi disesuaikan merupakan hasil penyesuaian koefisien determinasi terhadap tingkat kebebasan dari persamaan prediksi.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1 Sejarah Singkat Pecel Uyen Ulek

Pecel Uyen Ulek berada di Jalan. Sei Kera, Pandau Hilir, Kec. Medan Perjuangan, Kota Medan, Sumatera Utara 20234. Salah satu usaha kuliner tradisional yang lumayan terkenal di Kota Medan. Usaha ini sudah ada sejak tahun 2003 bergerak di bidang kuliner dan menjual berbagai macam makanan seperti pecel uyen, pecel lontong, tahu goreng, bumbu kacang, tahu goreng bumbu kecap, tahu goreng lontong, rujak ulek, peyek kacang, gado-gado, nasi dan rujak. Pecel Uyen Ulek, Sei kera simpang merupakan sebuah tempat makan yang berada di medan .Rumah makan ini menyajikan berbagai menu jajanan yang dibanderol dengan harga yang murah dan bersahabat dengan kantong Anda .jika konsumen mencari daftar harga menu pecel Uyen Ulek, sei kera simpang.

4.1.2 Visi dan Misi Pecel Uyen Ulek

Visi kuliner ini adalah menjadi kuliner publik yang dikenal luas dan menjadi yang terdepan dengan memberikan pelayanan dengan kualitas yang baik bagi keuntungan konsumen.

Misi kuliner adalah mengutamakan kepuasan konsumen dengan membina hubungan baik dengan konsumen.

4.1.3 Deskripsi Responden

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

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Orang	Persentase (%)
Pria	61	43,57
Wanita	79	56,43
Jumlah	140	100,00

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.1 di atas menunjukkan bahwa responden yang berjenis kelamin pria berjumlah 61 orang (43,57%) dan wanita berjumlah 79 orang (56,43%).

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian

Frekuensi Pembelian	Jumlah Orang	Persentase
Sekali Sehari	37	26,43
Dua kali Seminggu	59	42,14
Lebih dari dua kali Seminggu	44	31,43
Total	140	100,00

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.2 di atas dapat diketahui bahwa frekuensi pembelian sekali sehari sebanyak 37 orang (26,43%), dua kali seminggu sebanyak 59 orang (42,14%) dan lebih dari dua kali seminggu sebanyak 44 orang (31,43%).

4.1.4 Pengujian Instrumen Penelitian

4.1.4.1 Uji Validitas Instrumen Variabel Perilaku konsumen

Dari data pengisian angket responden dengan menggunakan jumlah responden sebanyak 30 maka nilai r_{tabel} dapat diperoleh melalui tabel *r product moment* person dengan *df* (*degree of freedom*) = $n - 2$, jadi $df = 30 - 2 = 28$, maka $r_{\text{tabel}} = 0,3610$. Butir pertanyaan dikatakan valid jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ dapat dilihat dari *corrected total correlation*.

Hasil pengujian validitas instrumen variabel Perilaku konsumen dapat dilihat pada Tabel 4.3 berikut :

Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Perilaku konsumen

No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	Informasi tentang bahan baku yang digunakan dalam pembuatan makanan di usaha pecel uyen ulek mudah ditemukan dan jelas.	0,795	0,361	Valid
2.	Variasi menu di usaha pecel uyen ulek selalu diperbarui secara berkala dan menarik untuk dicoba.	0,785	0,361	Valid
3.	Kualitas makanan di usaha pecel uyen ulek selalu terjaga.	0,860	0,361	Valid
4.	Kecepatan pelayanan dan proses membuat pecel uyen ulek sangat baik.	0,785	0,361	Valid
5.	Puas dengan kemasan pecel yang diberikan oleh usaha pecel uyen ulek.	0,619	0,361	Valid
6.	Harga yang ditawarkan oleh Pecel Uyen Ulek sesuai dengan kualitas dan pelayanan yang diberikan.	0,576	0,361	Valid

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah)

Berdasarkan Tabel 4.3 diperoleh bahwa hasil pengujian instrumen dari variabel perilaku konsumen memiliki nilai lebih besar dari 0,361. Pengujian validitas untuk menghitung nilai r_{tabel} dapat diperoleh melalui tabel *r product*

moment pearson dengan *df* (*degree of freedom*) = $n - 2$, jadi $df = 30 - 2 = 28$, maka $r_{tabel} = 0,3610$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen pernyataan dari variabel perilaku konsumen yang digunakan adalah valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

4.1.4.2 Uji Validitas Instrumen Variabel Karakteristik Kewirausahaan

Dari data pengisian angket responden dengan menggunakan jumlah responden sebanyak 30 maka nilai r_{tabel} dapat diperoleh melalui tabel *r product moment* person dengan *df* (*degree of freedom*) = $n - 2$, jadi $df = 30 - 2 = 28$, maka $r_{tabel} = 0,3610$. Butir pertanyaan dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dapat dilihat dari *corrected total correlation*.

Hasil pengujian validitas instrumen variabel karakteristik kewirausahaan dapat dilihat pada Tabel 4.4 berikut :

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Karakteristik Kewirausahaan

No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	Sering mengajak teman atau keluarga saya untuk berkunjung ke Pecel Uyen Ulek karena saya merasa senang dengan layanannya.	0,775	0,361	Valid
2.	Karyawan dan pemilik usaha selalu disiplin dalam melaksanakan pekerjaan	0,761	0,361	Valid
3.	Ulasan positif tentang masakan dan layanan di pecel uyen ulek di media sosial: Gofood & Grabfood.	0,718	0,361	Valid
4	Lingkungan Pecel Uyen Ulek bersih dan nyaman saat saya berkunjung.	0,632	0,361	Valid
5	Cita rasa pada masakan pecel uyen ulek tidak pernah berubah	0,909	0,361	Valid
6.	Jam operasional pecel uyen ulek selalu sama pada setiap hari nya	0,478	0,361	Valid

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah)

Berdasarkan Tabel 4.4 diperoleh bahwa hasil pengujian instrumen dari variabel karakteristik kewirausahaan memiliki nilai lebih besar dari 0,361. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen pernyataan dari variabel karakteristik kewirausahaan yang digunakan adalah valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

4.1.4.3 Uji Validitas Instrumen Variabel Keberhasilan Usaha

Dari data pengisian angket responden dengan menggunakan jumlah responden sebanyak 30 maka nilai r_{tabel} dapat diperoleh melalui tabel *r product moment* person dengan *df (degree of freedom)* = $n - 2$, jadi $df = 30 - 2 = 28$, maka $r_{\text{tabel}} = 0,3610$. Butir pertanyaan dikatakan valid jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ dapat dilihat dari *corrected total correlation*.

Hasil pengujian validitas instrumen variabel keberhasilan usaha dapat dilihat pada Tabel 4.5 berikut :

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Keberhasilan Usaha

No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	Pelayanan dalam memberikan pesanan pada pecel uyen ulek selalu efisien	0,648	0,361	Valid
2.	Karyawan pecel uyen ulek terlihat bekerja dengan produktif dalam menyiapkan pesanan.	0,793	0,361	Valid
3.	Pelayanan yang ramah dan baik dibandingkan usaha makanan lainnya	0,638	0,361	Valid
4	Memilih pecel uyen ulek sebagai pilihan utama untuk makan siang karena lebih kompetitif dibandingkan usaha makanan lainnya	0,609	0,361	Valid
5.	Pecel uyen ulek memiliki etika usaha yang baik dan menjunjung tinggi nilai-nilai moral dalam bisnis mereka	0,671	0,361	Valid
6.	Karyawan atau pemilik usaha mampu menjaga kebersihan dan sanitasi selama	0,804	0,361	Valid

	proses pembuatan makanan.			
7.	Usaha pecel uyen ulek sudah lama berdiri dan memiliki banyak konsumen	0,423	0,361	Valid
8	Mampu mempertahankan citra positifnya ditengah persaingan pasar yang ketat	0,760	0,361	Valid

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah)

Berdasarkan Tabel 4.5 diperoleh bahwa hasil pengujian instrumen dari variabel keberhasilan usaha memiliki nilai lebih besar dari 0,361. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen pernyataan dari variabel keberhasilan usaha yang digunakan adalah valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

4.1.4.4 Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2018:47), suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian dilakukan dengan cara mencobakan kuesioner sekali saja, kemudian data yang diperoleh dianalisis dengan teknik tertentu, dalam hal ini teknik yang digunakan adalah teknik *Cronbach Alpha* (α). Suatu variabel dikatakan *reliable* jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0.60 . Berikut ini dapat dilihat tabel hasil uji reliabel data hasil kuesioner :

Metode uji reliabilitas yang sering digunakan adalah *Cronbach Alpha*.

Pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas 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 Perilaku Konsumen, Karakteristik Kewirausahaan dan Keberhasilan dapat dilihat pada tabel 4.6 di bawah ini :

Tabel 4.6
Uji Reliabilitas Variabel

Reliability Statistics			
Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Perilaku Konsumen	0,821	6	Reliabilitas Baik
Karakteristik Kewirausahaan	0,805	6	Reliabilitas Baik
Keberhasilan Usaha	0,822	8	Reliabilitas Baik

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.6 di atas, maka dapat dinyatakan bahwa dari butir item untuk variabel tersebut berada di atas 0,6 sehingga reliabilitas variabel ini dapat dikategorikan baik.

4.1.5 Uji Asumsi Klasik

4.1.5.1 Uji Normalitas

Adapun pengujian normalitas dengan kriteria :

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

Pengujian normalitas dengan *one sample komogorov-smirnov* disajikan :

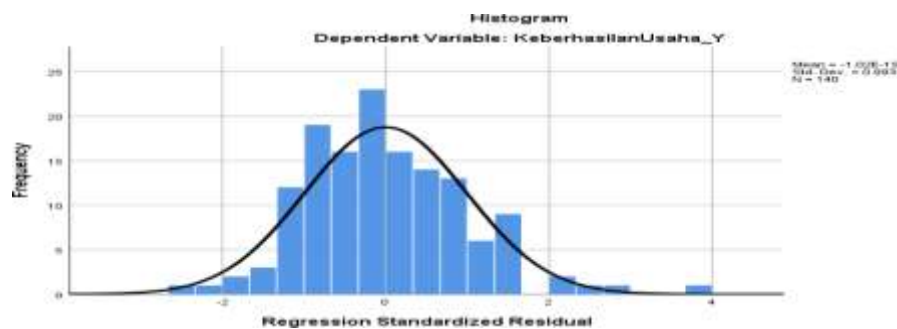
Tabel 4.7
Uji Kolmogorov-Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		140
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.34313221
Most Extreme Differences	Absolute	.063
	Positive	.063
	Negative	-.045
Test Statistic		.063
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction		
d. This is a lower bound of the true significance		

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan tabel 4.7 ini menunjukkan bahwa sig sebesar $0,200 > 0,05$ berarti data berdistribusi normal.

Adapun pengujian normalitas dengan grafik histogram disajikan :

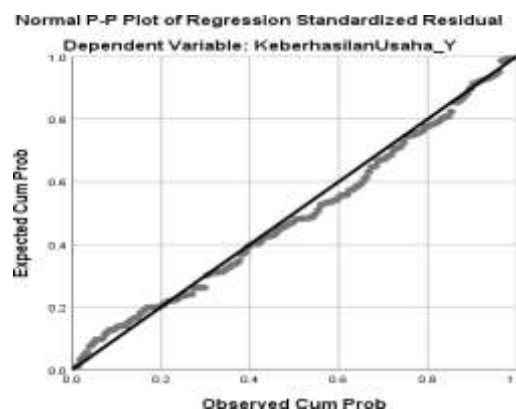


Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Gambar 4.1
Hasil Pengujian Normalitas Grafik Histogram

Berdasarkan gambar 4.1, ini dapat dilihat bahwa gambar histogram yang garis berbentuk lonceng, tidak melenceng kekiri maupun kekanan. Hal ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas.

Dengan melihat *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang akan menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya. Uji normalitas dengan melihat *Normal Probability Plot* dapat dilihat pada gambar 4.2 berikut :



Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Gambar 4.2
Grafik Normal P-P Plot

Dari Gambar 4.2 menunjukkan grafik *Normal P- P Plot of Regression Standardized Residual* menunjukkan garis diagonal dalam grafik di atas ini menggambarkan keadaan ideal dari data-data yang mengikuti distribusi normal. Titik-titik di sekitar garis adalah: keadaan yang diuji. Titik-titik berada sangat dekat dan bahkan menempel pada garis, maka dapat dikatakan data tersebut normal.

4.1.5.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas (independen). Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai $Tolerance \geq 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF < 10$.

Hasil pengujian dapat dilihat pada Tabel 4.8 di bawah ini :

Tabel 4.8
Uji Multikolinieritas

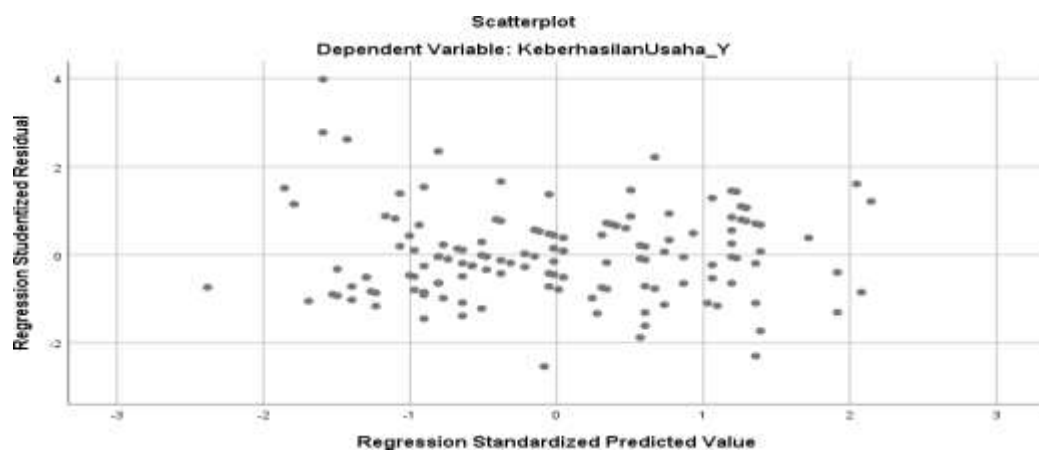
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Perilaku Konsumen_X1	0.236	4.243
	Karakteristik Kewirausahaan_X2	0.236	4.243

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan pada Tabel 4.10, diketahui bahwa nilai VIF untuk variabel Perilaku Konsumen dan Karakteristik Kewirausahaan lebih kecil dari 10 ($VIF < 10$) sehingga terbebas dari asumsi multikolinearitas. Sedangkan *tolerance* Perilaku Konsumen dan Karakteristik Kewirausahaan lebih besar dari 0,1 dengan demikian, persamaan regresi hipotesis pertama terbebas dari asumsi multikolinearitas.

4.1.5.3 Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi kesamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut Heteroskedastisitas, hasil pengujian dapat dilihat pada Gambar 4.3 di bawah ini :



Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Gambar 4.3
Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan Gambar 4.3 terlihat bintang-bintang menyebar jadi dapat memprediksi data normal. Jadi dengan *Scatterplot* terdapat sig. variabel independen maka tidak terjadinya heteroskedastisitas pada model regresi sehingga model regresi layak dipakai.

4.1.6 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Pengujian hipotesis regresi berganda menyatakan bahwa pengaruh Perilaku Konsumen dan Karakteristik terhadap Keberhasilan Usaha Pecel Uyen Ulek.

Tabel 4.9
Hasil Uji Koefisien Regresi Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig
1	(Constant)	11.674	1.642		7.112	.000
	Perilaku Konsumen_X1	.295	.142	.272	2.075	.040
	Karakteristik Kewirausahaan_X2	.493	.155	.417	3.188	.002
a. Dependent Variable : Keberhasilan Usaha Y						

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan pada Tabel 4.9 di atas, maka persamaan regresi berganda dalam penelitian adalah :

$$\text{Keberhasilan Usaha} = 11,674 + 0,295 \text{ Perilaku Konsumen} + 0,493 \text{ Karakteristik Kewirausahaan} + e$$

Penjelasan dari nilai persamaan regresi linear berganda ini adalah:

1. Nilai konstanta (a) = 11,674 artinya, jika variabel bebas Perilaku Konsumen dan Karakteristik Kewirausahaan bernilai nol maka Keberhasilan Usaha adalah tetap sebesar 11,674.
2. Nilai koefisien variabel Perilaku konsumen (b_1) = 0,295 dan bernilai positif artinya, jika setiap penambahan satu-satuan variabel Perilaku konsumen (X_1) akan menyebabkan Keberhasilan Usaha akan meningkat 0,295 satuan.
3. Nilai koefisien variabel karakteristik kewirausahaan (b_2) = 0,493 dan bernilai positif artinya, jika setiap penambahan satu-satuan variabel

karakteristik kewirausahaan (X_2) akan menyebabkan Keberhasilan Usaha akan bertambah sebesar 0,059 satuan.

4.1.7 Pengujian Hipotesis

4.1.7.1 Uji t (Uji Secara Parsial)

Hasil pengujian secara parsial dapat dilihat pada Tabel 4.10 berikut :

Tabel 4.10
Uji t (Uji Parsial)
Coefficients^a

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.674	1.642		7.112	.000
	PerilakuKonsumen_X1	.295	.142	.272	2.075	.040
	KarkateristikKewirausahaan_X2	.493	.155	.417	3.188	.002
a. Dependent Variable: KeberhasilanUsaha_Y						

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan Tabel 4.10 di atas diperoleh hasil sebagai berikut :

1. Nilai t_{hitung} untuk variabel Perilaku konsumen (X_1) adalah 2,075 lebih besar dibandingkan dengan nilai $t_{tabel} (n-2) = (140-2=138)$ sebesar 1,977, atau nilai sig. t untuk variabel Perilaku konsumen (0,040) lebih kecil dari alpha (0,05). Dengan demikian, Perilaku Konsumen berpengaruh signifikan terhadap Keberhasilan Usaha Pecel Uyen Ulek.
2. Nilai t_{hitung} untuk variabel karakteristik kewirausahaan (X_2) adalah 3,188 lebih besar dibandingkan dengan nilai t_{tabel} 1,977, atau nilai sig. t untuk variabel karakteristik kewirausahaan (0,002) lebih kecil dengan dari alpha (0,05). Dengan demikian, Karakteristik Kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap Keberhasilan Usaha Pecel Uyen Ulek.

4.1.7.2 Uji F (Secara Simultan)

Hasil pengujian secara serempak dapat dilihat pada Tabel 4.11 sebagai berikut :

Tabel 4.11
Uji F Secara Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1252.748	2	626.374	55.237	.000 ^b
	Residual	1553.538	137	11.340		
	Total	2806.286	139			
a. Dependent Variable: KeberhasilanUsaha_Y						
b. Predictors: (Constant), KarkateristikKewirausahaan_X2, PerilakuKonsumen_X1						

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan Tabel 4.11 di atas diperoleh bahwa nilai F_{hitung} (55,237) lebih besar dibandingkan dengan nilai F_{tabel} ($n-k = (140-3=137)$) sebesar 3,06, dan $sig.\alpha$ (0,000^a) lebih kecil dari alpha 5 % (0,05). Dengan demikian maka kesimpulannya adalah $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $55,237 > 3,06$ maka keputusannya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya Perilaku Konsumen dan Karakteristik Kewirausahaan berpengaruh signifikan dan simultan terhadap Keberhasilan Usaha Pecel Uyen Ulek.

4.1.7.3 Uji Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependent. Nilai koefisien determinasi adalah antar nol sampai satu ($0 < R^2 < 1$). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-

variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependent.

Tabel 4.12
Uji Determinasi (R^2)
Model Summary^b

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.668 ^a	.446	.438	3.36745
a. Predictors: (Constant), KarakteristikKewirausahaan_X2, PerilakuKonsumen_X1				
b. Dependent Variable: KeberhasilanUsaha_Y				

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Dari Tabel 4.12 menunjukkan koefisien determinasi (*R Square*) yang diperoleh 0,446. Hal ini berarti 44,6% kinerja kuliner dapat dipengaruhi oleh variabel Perilaku Konsumen dan Karakteristik Kewirausahaan berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha Pecel Uyen Ulek sedangkan sisanya sebesar 55,4% keberhasilan usaha dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis penelitian ini dapat diringkas dalam Tabel 4.13 sebagai berikut :

Tabel 4.13
Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Uji dan Kriteria	Hasil	Keterangan
R square = pengaruh dari variabel bebas dan variabel terikat		<i>Adjusted R Square</i> = 44,6%	Variabel dependen dalam penelitian ini sebesar 44,6% dapat dijelaskan oleh variabel independen yang digunakan.

H1 = Perilaku Konsumen berpengaruh signifikan terhadap Keberhasilan Usaha Pecel Uyen Ulek	$t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan $\alpha = 0,000$, maka H_0 ditolak $p < 0,05$, maka H_a diterima	$2,075 > 1,977$ $\alpha = 0,040 < 0,05$	Hipotesis diterima
H2 = Karakteristik Kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap Keberhasilan Usaha Pecel Uyen Ulek.	$t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan $\alpha = 0,000$, maka H_0 ditolak $p < 0,05$, maka H_a diterima	$3,188 > 1,977$ $\alpha = 0,002 < 0,05$	Hipotesis diterima
H3 = Perilaku Konsumen dan Karakteristik Kewirausahaan berpengaruh signifikan dan simultan terhadap Keberhasilan Usaha Pecel Uyen Ulek.	$F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan $\alpha = 0,000$, maka H_0 ditolak $p < 0,05$, maka H_a diterima	$55,237 > 3,06$ $\alpha = 0,000 < 0,05$	Hipotesis diterima

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keberhasilan Usaha

Dari hasil analisis hipotesis bahwa Perilaku Konsumen berpengaruh signifikan terhadap Keberhasilan Usaha Pecel Uyen Ulek karena $2,075 > 1,977$ dengan signifikan $0,040 < 0,05$ hal ini sependapat dengan penelitian Halida (2020:167) Jiwa Kewirausahaan merupakan kepercayaan dan penerimaan yang kuat terhadap perilaku konsumen, kemauan untuk bekerja keras dan memelihara hubungan antar anggota, yang berarti ada keinginan kuat dari anggota untuk tetap berada dalam ikatan psikologi terhadap perusahaan. Kemampuan dalam menciptakan jiwa kewirausahaan akan meningkatkan perilaku wirausaha menjadi tinggi.

4.2.2 Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha

Dari hasil analisis hipotesis bahwa Karakteristik Kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap Keberhasilan Usaha Pecel Uyen Ulek karena $3,188 > 1,977$ dengan signifikansi $0,002 < 0,05$. Hal ini sependapat dengan Sopiana & Sadjiarto (2021) karakteristik kewirausahaan yang dimiliki oleh pemilik usaha Favor Cafe Salatiga diantaranya meliputi:

1. Percaya diri ditunjukkan dengan keyakinan akan produk yang dijual.
2. Berorientasi pada tugas dan hasil yaitu dengan cara membangun tim yang solid.
3. Berani mengambil resiko.
4. Kepemimpinan bertanggung jawab, bersikap tenang, memiliki pendirian yang teguh, menekankan pada aspek spiritual dan juga menerapkan personal education kepada karyawan.
5. Berorientasi ke masa depan.
6. Kreatif dan inovatif.
7. Sifat kemandirian.
8. Memiliki tanggung jawab jika ada komplain dari pelanggan.
9. Memiliki kemampuan personal untuk “meng-upgrade” pengetahuan di seputar bisnis kuliner.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Sumari & Putri (2022) menyatakan, Terdapat pengaruh positif dan signifikan Karakteristik Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha UMKM Kuliner Wilayah Kecamatan Tanjung Priok – Jakarta Utara.

4.2.3 Pengaruh Perilaku konsumen dan Karakteristik kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha

Dari hasil analisis hipotesis bahwa Perilaku Konsumen dan Karakteristik Kewirausahaan berpengaruh signifikan dan simultan terhadap Keberhasilan Usaha Pecel Uyen Ulek karena $55,237 > 3,06$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini didukung fenomena penelitian perilaku konsumen tersebut menjadi hal yang diperhatikan oleh para wirausaha dikarenakan faktor tersebut membuat para calon konsumen menjadi memiliki banyak sifat, karakter dan cara mereka mengkonsumsi dan menjadi sebuah bahan pertimbangan yang cukup membuat para pelaku usaha kuliner tradisional untuk memutar otaknya. Berdasarkan observasi awal yang dilakukan, penurunan penjualan yang terjadi dapat berdampak pada keberhasilan usaha dimana untuk faktor yang mempengaruhinya sendiri diduga akibat perilaku konsumen serta karakteristik dari pemilik usaha sendiri.

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

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

1. Hasil yang diperoleh dari analisis regresi linear berganda yaitu jika nilai Perilaku Konsumen (X_1) dan Karakteristik Kewirausahaan (X_2) tidak bernilai, maka Keberhasilan Usaha (Y) adalah sebesar konstanta. Setiap peningkatan Perilaku Konsumen (X_1) sebesar satu satuan, Keberhasilan Usaha (Y) akan meningkat sebesar b_1 . Setiap peningkatan Karakteristik Kewirausahaan (X_2) sebesar satu satuan, Keberhasilan Usaha (Y) akan meningkat sebesar b_2 .
2. Hasil Uji-t menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan signifikan sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Perilaku Konsumen terhadap Keberhasilan Usaha pada Pecel Uyen Ulek.
3. Hasil Uji-t menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan signifikan sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Karakteristik Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha Pecel Uyen Ulek.
4. Hasil Uji-F menunjukkan bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan signifikansi sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Perilaku Konsumen dan Karakteristik Kewirausahaan secara simultan terhadap Keberhasilan Usaha Pecel Uyen Ulek.

5. Nilai R-Square (R^2) atau koefisien determinasi yang diperoleh artinya variabel Keberhasilan Usaha dapat dijelaskan oleh variabel Perilaku Konsumen dan Karakteristik Kewirausahaan sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.2 Implikasi Manajerial

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

1. Pecel Uyen Ulek harus mempertahankan Perilaku Konsumen terhadap Keberhasilan Usaha:
 - a. Pecel Uyen Ulek diharapkan agar kecepatan pelayanan dan proses membuat pecel uyen ulek terus ditingkatkan karena konsumen senang dengan kecepatan pelayanan dan proses membuat pecel uyen ulek yang diberikan sangat baik sehingga mendorong konsumen mengkonsumsinya yang akhirnya meningkatkan penjualan. Peningkatan penjualan ini dapat menunjukkan Pecel Uyen Ulek berhasil usahanya.
 - b. Pecel Uyen Ulek disarankan harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas dan pelayanan yang diberikan dimana harganya masih tergolong mahal dibandingkan dengan harga kompetitor yang menjadi saingannya. Hal ini disebabkan adanya dua harga yang diterapkan pemilik usaha seperti harga konsumen berkunjung langsung berbeda dengan harga media sosial : Gofood & Grabfood.
2. Karakteristik Kewirausahaan pada Pecel Uyen Ulek perlu diperhatikan antara lain:

- a. Pecel Uyen Ulek diharapkan tetap menjaga lingkungan pecel uyen ulek bersih dan nyaman saat berkunjung namun ruangan yang tersedia masih terbatas untuk konsumen dan ruangan masih sederhana. Adanya keterbatasan karyawan yang membersihkan meja setelah konsumen selesai makan.
- b. Pecel Uyen Ulek disarankan meningkatkan ulasan positif tentang masakan dan layanan di Pecel Uyen Ulek di media sosial: Gofood & Grabfood ini telah berkembang dimana konsumen dapat memesan pecel uyen ulek melalui Gofood & Grabfood tanpa harus berkunjung ke lokasinya.

5.3 Saran Akademis

Saran-saran yang dapat diberikan kepada akademis adalah :

1. Mengganti Variabel Independen yang diteliti
Bagi peneliti selanjutnya untuk melakukan penggantian variabel independen yang mempengaruhi keberhasilan usaha.
2. Dalam hal keberhasilan usaha
Dengan meningkatkan perilaku konsumen untuk tetap tertarik pada pecel uyen ulek yang citra rasanya enak dicicipi konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. A. (2017). Model Pengambilan Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah Di Stie Eka Prasetya Medan. *Sumber*, 5(2017), 292.
- Akbar, M. A., & Situmorang, I. R. (2021). Pengaruh perceived value terhadap loyalitas dengan variabel kepuasan konsumen sebagai variabel moderasi pada umkm di sumatera utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 203-211.
- Chandra, J. (2021). Pengaruh Faktor Lokasi, Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di CV. Creative Centre. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 199-214.
- Gultom, P. (2020). Pengaruh Ekuitas Merek, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Quality Fried Chicken Jalan Ismaliyah Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 44-53.
- Gultom, P. P. (2020). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Pengawasan Manajemen terhadap Perkembangan Perusahaan PT Ekuator Swarna Sekuritas Cabang Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 46-58.
- Gultom, P., & Karnadi, J. (2019). PENGARUH E-COMMERCE DAN TRANSPORTASI ONLINE TERHADAP HARGA JUAL PRODUK CV. SURYA SAKTI ENGINEERING. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 5(1), 13-23.
- Gultom, P., Fenny, F., 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.
- Handayani, T. M., & Moktar, B. (2023). Analysis of the Effect of Segmentation and Targeting on Sales. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 9(1), 10-19.
- Lazuardi, D., Gustina, I., & Rinaldi, M. (2022). Relationship of Location, Price, and Promotion to Interest in Buying Gordyn at Soni Interior House. *Enrichment: Journal of Management*, 12(5), 3795-3800.
- Loo, P., Hastalona, D., Yakub, S., & Firmansyah, E. (2022). Analysis Of Factors Affecting The Rate Of Equity Returning Affecting Credit Distribution In Commercial Banks (Persero) In 2017-2020. *Jurnal Ekonomi*, 11(03), 11-22.
- Manik, D. E. M., & Erveni, E. (2020). Pengaruh Price Discount Dan In-Store Display Terhadap Impulse Buying Pada Labello Store Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 34-43
- Manik, D. E. M., Gultom, P., & Sebayang, Y. B. (2022). The effect of facilities and trust on customer satisfaction in the use of digital facilities at pt. bank central asia tbk kcu asia branch. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2465-2468.
- Muammar Rinaldi, C. PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP CUSTOMER SATISFICTION PADA PRODUK WALLPAPER (UD. ELEGANCE INTERIOR).
- Moktar, B. (2021). The Effect of Discounts, Brands, and Marketing Strategies on Customer Loyalty of Daihatsu Oil PT. Nusantara Autopart Persada. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 91-104.
- Moktar, B. (2023). The Influence of Advertising on Social Media, Price and Taste on Sales Volume. *Jurnal Akutansi Manajemen Ekonomi Kewirausahaan (JAMEK)*, 3(3), 88-93.
- Nainggolan, E. (2020). Analisis Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Tingkat Kemiskinan Di Provinsi Sumatera Utara (2010-2019). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 89-99.
- Nainggolan, E. (2020). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN DIRECT MARKETING YANG EFEKTIF UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PAKAIAN ANAK PADA TOKO REZEKI WIJAYA. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 12-21.

- Nainggolan, E. (2022). Influence of Inventory and Product Quality on Sales Volume at PT. Bilah Baja Makmur Abadi. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(1), 66-76.
- Nainggolan, E., Rinaldi, M., & Dalimunthe, M. B. (2022). Analysis Of The Effect Of Personal Sales And Product Quality On Consumer Purchase Decisions. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2431-2435.
- Nasution, E. S., & Rinaldi, M. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Sepeda Motor Pada PT. Alfa Scorpii Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya (Eka Prasetya Journal of Management Studies*, 7 (1), 66-78.
- Rezeki, S., & Rinaldi, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan OVO (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Eka Prasetya). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 9-20.
- Rezeki, S., Manik, D. E. M., & Gustina, I. (2021). Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Saluran Distribusi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cv. Makmur Auto Sejahtera Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(1), 79-90.
- Rezeki, S. (2021). Figurative language and messages in poems about COVID-19. *KnE Social Sciences*, 601-611.
- Rezeki, S., Rinaldi, M., Gustina, I., & Lodian, A. (2022). The Influence Of Consumer Behavior and Prices On Consumer Decisions to Buy Products At PT. Daikin Airconditioning Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya*, 8(1), 284-295.
- Rinaldi, M., & Rahmadana, M. F. (2020). Determinant analysis of household income inequality and poverty in Indonesia. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(2), 1414-1420.
- Rinaldi, M., Irawan, D., & Nasution, A. R. (2022). Comparison Of Human Development Index Before And During The Covid-19 Pandemic. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2404-2408.
- Selamat, S., & Indahwati, R. Analysis Of Marketing Strategies In Increasing Competitiveness In Skinos Medan Beauty Clinic.
- Siatama, A., Sinaga, H. D. E., & Akbar, M. A. (2023). Pengaruh Harga, Promosi Dan Marketplace Terhadap Keputusan Pembelian Pt Calispo Multi Utama Medan. *JOURNAL OF SCIENCE AND SOCIAL RESEARCH*, 6(2), 381-387.

- Simarmata, A. M., Panggabean, F. Y., Pane, Y., & Nainggolan, E. (2021). ANALISIS PERILAKU MINAT WISATAWAN BERKUNJUNG KEMBALI KE PULAU SAMOSIR. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 190-202.
- Sinaga, H. D. E. (2021). Analisis Karakteristik Konsumen dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Handmade Hoslygoods. *JOURNAL OF SCIENCE AND SOCIAL RESEARCH*, 4(1), 80-86.
- Sinaga, H. D. E., Irawati, N., & Kurniawan, E. (2019). Financial Technology: Pinjaman Online, Ya atau Tidak. *Jurnal Tunas*, 1(1), 14-19.
- Situmorang, I. R. (2022). Effect of Service Quality and Relational Marketing on Consumer Purchasing Decisions at PT. Garuda Teladan Biscuid Binjai North Sumatra. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(2), 229-242.
- Situmorang, I. R. (2023). The Influence of Consumer Motivation, Consumer Perceptions and Attitudes Towards Product Purchase Decisions at PT. Unikitz Bersatu Group Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 9(1), 1-9.
- Sutejo, B., Lazuardi, D., Lubis, R., Rahmadani, R., & Aziz, D. A. (2022). The Role Of E-Commerce In Increasing Msme Income In The Covid-19 Pandemic (Survey On Msme In Medan City). *Journal of Economics, Finance And Management Studies*, 5(08), 2174-2181.
- Tirtayasa, S., Yusri, M., & Rinaldi, M. (2022). Business Strategies of MSMEs During COVID-19, Deli Serdang, Indonesia. *KnE Social Sciences*, 434-441.
- Pane, Y., Simarmata, A. M., Rezeki, S., Rinaldi, M., & Panggabean, F. Y. (2021). Analisis Pendapatan Asli Daerah Dan Dana Perimbangan Terhadap Belanja Modal Pada Pemerintah Kabupaten/Kota Di Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 212-225.

Lampiran 1 : Kuisisioner

KUISISIONER PENELITIAN

**Kepada Yth,
Bapak/Ibu/Saudara Responden
Pelanggan Pecel Uyen Ulek
Di
Tempat**

Dengan hormat,

Saya adalah Mahasiswa Manajemen STIE EKA PRASETYA. Saat ini saya sedang melakukan observasi dengan penyusunan Skripsi **“ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DAN KARAKTERISTIK KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KEBERHASILAN USAHA PECEL UYEN ULEK MEDAN”**.

Dengan ini saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk berpartisipasi mengisi kuisisioner ini. Kerahasiaan identitas Bapak/Ibu/Saudara dari hasil penelitian ini dijamin hanya digunakan untuk kepentingan akademis.

Demikian disampaikan, atas kesediaan dan partisipasi Bapak/Ibu/Saudara untuk mengisi dan mengembalikan kuisisioner ini saya mengucapkan terima kasih.

Hormat saya

Peneliti



(Wendy Wijaya)

Pernyataan Kuisisioner

KUISISIONER PENELITIAN

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DAN KARAKTERISTIK
KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KEBERHASILAN
USAHA PECEL UYEN ULEK MEDAN
IDENTITAS RESPONDEN**

Nama :

Jenis kelamin :

No whatsapp :

Petunjuk dalam pengisian kuesioner:

Dalam menjawab pernyataan ini, Bapak/Ibu, Saudara/i hanya memilih salah satu jawaban yang paling benar dan yang diinginkan dengan memberikan tanda (✓) pada salah satu jawaban tersebut.

Keterangan pemberian nilai untuk setiap butir-butir kuesioner :

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

RR = Ragu-ragu

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

Variabel X₁ (Perilaku Konsumen)

No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Input						
1	Informasi tentang bahan baku yang digunakan dalam pembuatan makanan di usaha pecel uyen ulek mudah ditemukan dan jelas.					
2	Variasi menu di usaha pecel uyen ulek selalu diperbarui secara berkala dan menarik untuk dicoba.					
Process						
3	Kualitas makanan di usaha pecel uyen ulek selalu terjaga.					
4	Kecepatan pelayanan dan proses membuat pecel uyen ulek sangat baik.					
Output						
5	Puas dengan kemasan pecel yang diberikan oleh usaha pecel uyen ulek.					
6	Harga yang ditawarkan oleh Pecel Uyen Ulek sesuai dengan kualitas dan pelayanan yang diberikan.					

Variabel X₂ (Karakteristik Kewirausahaan)

No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Proaktif						
1	Sering mengajak teman atau keluarga saya untuk berkunjung ke Pecel Uyen Ulek karena saya merasa senang dengan layanannya.					
2	Karyawan dan pemilik usaha selalu disiplin dalam melaksanakan pekerjaan					
Berorientasi pada prestasi						
3	Ulasan positif tentang masakan dan layanan di pecel uyen ulek di media sosial: Gofood & Grabfood.					
4	Lingkungan Pecel Uyen Ulek bersih dan nyaman saat saya berkunjung.					
Komitmen						
5	Cita rasa pada masakan pecel uyen ulek tidak pernah berubah					

6	Jam operasional pecel uyen ulek selalu sama pada setiap hari nya					
---	--	--	--	--	--	--

Variabel Y (Keberhasilan Usaha)

No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Produktivitas dan efisiensi						
1	Pelayanan dalam memberikan pesanan pada pecel uyen ulek selalu efisien					
2	Karyawan pecel uyen ulek terlihat bekerja dengan produktif dalam menyiapkan pesanan.					
Daya saing						
3	Pelayanan yang ramah dan baik dibandingkan usaha makanan lainnya					
4	Memilih pecel uyen ulek sebagai pilihan utama untuk makan siang karena lebih kompetitif dibandingkan usaha makanan lainnya					
Kompetensi dan etika usaha						
5	Pecel uyen ulek memiliki etika usaha yang baik dan menjunjung tinggi nilai-nilai moral dalam bisnis mereka					
6	Karyawan atau pemilik usaha mampu menjaga kebersihan dan sanitasi selama proses pembuatan makanan.					
Terbangunnya citra baik						
7	Usaha pecel uyen ulek sudah lama berdiri dan memiliki banyak konsumen					
8	Mampu mempertahankan citra positifnya ditengah persaingan pasar yang ketat					

Lampiran 2 : Distribusi Jawaban Berdasarkan Jenis Kelamin, dan Frekuensi Pembelian

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Orang	Persentase (%)
Pria	61	43,57
Wanita	79	56,43
Jumlah	140	100,00

Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian

Frekuensi Pembelian	Jumlah Orang	Persentase
Sekali Sehari	37	26,43
Dua kali Seminggu	59	42,14
Lebih dari dua kali Seminggu	44	31,43
Total	140	100,00

Lampiran 3 : Uji Validitas dan Reliabilitas Perilaku Konsumen

		Correlations						PerilakuKonsumen_X
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	1
X1.1	Pearson Correlation	1	.506*	.599*	.506**	.529*	.178	.795**
	Sig. (2-tailed)		.004	.000	.004	.003	.346	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.506*	1	.576*	1.000*	.098	.429*	.785**
	Sig. (2-tailed)	.004		.001	.000	.607	.018	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.599*	.576*	1	.576**	.672*	.394*	.860**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.001	.000	.031	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.506*	1.00	.576*	1	.098	.429*	.785**
	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.001		.607	.018	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	.529*	.098	.672*	.098	1	.234	.619**
	Sig. (2-tailed)	.003	.607	.000	.607		.214	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.6	Pearson Correlation	.178	.429*	.394*	.429*	.234	1	.576**
	Sig. (2-tailed)	.346	.018	.031	.018	.214		.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
PerilakuKonsu men_X1	Pearson Correlation	.795*	.785*	.860*	.785**	.619*	.576*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.821	6

Lampiran 4 : Uji Validitas dan Reliabilitas Karakteristik Kewirausahaan

Correlations								Karakteristik Kewirausahaan_X2
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	
X2.1	Pearson Correlation	1	.807**	.413*	.209	.652**	.008	.775**
	Sig. (2-tailed)		.000	.023	.268	.000	.966	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.807**	1	.333	.169	.558**	.162	.761**
	Sig. (2-tailed)	.000		.073	.371	.001	.391	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.413*	.333	1	.516**	.699**	.167	.718**
	Sig. (2-tailed)	.023	.073		.004	.000	.379	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	.209	.169	.516**	1	.576**	.495**	.632**
	Sig. (2-tailed)	.268	.371	.004		.001	.005	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.5	Pearson Correlation	.652**	.558**	.699**	.576**	1	.452*	.909**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.001		.012	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.6	Pearson Correlation	.008	.162	.167	.495**	.452*	1	.478**
	Sig. (2-tailed)	.966	.391	.379	.005	.012		.008
	N	30	30	30	30	30	30	30
Karakteristik Kewirausahaan_X2	Pearson Correlation	.775**	.761**	.718**	.632**	.909**	.478**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.008	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.805	6

Lampiran 5 : Uji Validitas dan Reliabilitas Keberhasilan Usaha

		Correlations								KeberhasilanUsah
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	a_Y
Y1	Pearson Correlation	1	.407*	.301	.427*	.362*	.427*	.034	.477*	.648**
	Sig. (2-tailed)		.026	.106	.019	.049	.019	.860	.008	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	.407*	1	.670*	.470*	.220	.979*	.048	.422*	.793**
	Sig. (2-tailed)	.026		.000	.009	.242	.000	.800	.020	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	.301	.670*	1	-.063	.371*	.653*	.142	.216	.638**
	Sig. (2-tailed)	.106	.000		.740	.044	.000	.456	.252	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	.427*	.470*	-.063	1	.190	.493*	.312	.558*	.609**
	Sig. (2-tailed)	.019	.009	.740		.314	.006	.093	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y5	Pearson Correlation	.362*	.220	.371*	.190	1	.234	.448*	.751*	.671**
	Sig. (2-tailed)	.049	.242	.044	.314		.214	.013	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y6	Pearson Correlation	.427*	.979*	.653*	.493*	.234	1	.063	.433*	.804**
	Sig. (2-tailed)	.019	.000	.000	.006	.214		.739	.017	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y7	Pearson Correlation	.034	.048	.142	.312	.448*	.063	1	.254	.423*
	Sig. (2-tailed)	.860	.800	.456	.093	.013	.739		.176	.020
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y8	Pearson Correlation	.477**	.422*	.216	.558*	.751*	.433*	.254	1	.760**
	Sig. (2-tailed)	.008	.020	.252	.001	.000	.017	.176		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

Keb	Pearson	.648	.793*	.638*	.609*	.671*	.804*	.423*	.760*	1
erha	Correlation	**	*	*	*	*	*	*	*	
silan	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.020	.000	
Usah	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
a_Y										

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.822	8

Lampiran 6 : Tabulasi Hasil Angket Responden Validitas Perilaku Konsumen

Responden	Perilaku Konsumen (X1)						Jumlah
1	5	4	3	4	3	2	21
2	5	5	4	5	4	4	27
3	4	4	3	4	3	2	20
4	4	4	4	4	4	3	23
5	3	4	5	4	5	3	24
6	5	5	4	5	4	3	26
7	5	5	5	5	5	4	29
8	4	4	5	4	5	3	25
9	5	5	5	5	5	4	29
10	4	4	5	4	5	5	27
11	5	5	4	5	4	4	27
12	4	3	3	3	4	4	21
13	5	3	3	3	5	4	23
14	4	4	4	4	4	5	25
15	5	5	4	5	4	4	27
16	5	5	5	5	5	5	30
17	4	4	4	4	4	5	25
18	5	5	5	5	5	5	30
19	4	4	4	4	4	4	24
20	5	4	5	4	5	4	27
21	4	4	4	4	4	4	24
22	3	4	3	4	5	4	23
23	3	2	3	2	5	2	17
24	3	3	3	3	5	3	20
25	4	4	4	4	4	4	24
26	1	4	3	4	3	4	19
27	1	4	2	4	2	4	17
28	2	4	3	4	3	4	20
29	1	3	3	3	3	3	16
30	3	3	3	3	3	3	18

**Lampiran 7 : Tabulasi Hasil Angket Responden Validitas Karakteristik
Kewirausahaan**

Responden	Karakteristik Kewirausahaan (X2)						Jumlah
1	3	3	3	4	3	2	18
2	4	4	4	5	4	4	25
3	3	3	3	4	3	2	18
4	4	4	4	4	4	3	23
5	5	5	5	4	5	3	27
6	4	4	4	5	4	3	24
7	5	5	5	5	5	4	29
8	5	3	5	4	5	3	25
9	5	3	5	5	5	4	27
10	5	5	1	4	5	5	25
11	4	4	4	5	4	4	25
12	4	5	3	3	3	3	21
13	5	5	3	3	3	3	22
14	4	4	4	4	4	3	23
15	4	4	4	5	4	3	24
16	5	5	5	5	5	5	30
17	3	4	4	4	4	5	24
18	3	5	5	5	5	5	28
19	3	4	4	4	4	4	23
20	4	4	5	4	5	4	26
21	3	3	4	4	4	4	22
22	3	3	3	4	3	4	20
23	4	4	3	2	3	2	18
24	4	4	3	3	3	3	20
25	4	4	4	4	4	4	24
26	3	3	3	4	3	4	20
27	1	1	2	4	2	4	14
28	1	1	3	4	3	4	16
29	1	1	3	3	3	3	14
30	3	3	3	3	3	3	18

Lampiran 8 : Tabulasi Hasil Angket Responden Validitas Keberhasilan Usaha

Responden	Keberhasilan Usaha (Y)								Jumlah
1	3	2	2	4	3	2	4	3	23
2	4	4	4	5	4	4	5	4	34
3	3	2	2	4	3	2	4	3	23
4	4	3	3	4	4	3	4	4	29
5	5	3	3	4	5	3	4	5	32
6	4	3	3	5	4	3	5	4	31
7	5	4	4	5	5	4	5	5	37
8	5	3	3	4	5	3	4	5	32
9	5	4	4	5	5	4	5	5	37
10	5	5	5	4	5	5	4	5	38
11	4	4	4	5	4	4	5	4	34
12	4	4	4	4	4	4	4	4	32
13	5	4	4	5	5	4	5	5	37
14	4	5	5	4	4	5	4	4	35
15	4	4	4	5	4	4	5	4	34
16	5	5	5	5	5	5	5	5	40
17	4	5	5	4	4	5	4	4	35
18	5	5	5	5	5	5	5	5	40
19	4	5	5	4	4	4	4	4	34
20	4	4	5	4	5	4	5	5	36
21	3	4	5	4	4	4	5	4	33
22	3	4	4	4	5	4	5	3	32
23	4	2	5	2	5	2	5	3	28
24	4	3	5	3	5	3	5	3	31
25	5	4	5	4	4	4	1	4	31
26	5	4	5	4	3	4	4	3	32
27	5	4	4	4	2	4	4	2	29
28	5	4	3	4	3	4	3	3	29
29	1	3	3	3	3	3	3	3	22
30	3	3	4	3	3	3	4	3	26

Lampiran 9 : Tabulasi Hasil Angket Responden Perilaku Konsumen

Responden	Perilaku Konsumen (X1)						Jumlah
1	3	2	3	2	3	2	15
2	5	4	3	5	5	4	26
3	3	3	3	4	3	2	18
4	3	3	3	4	3	3	19
5	3	3	3	4	3	3	19
6	2	3	5	4	2	3	19
7	3	4	4	3	3	4	21
8	3	3	4	3	3	3	19
9	3	4	2	4	3	4	20
10	5	5	3	5	5	5	28
11	3	4	4	5	3	4	23
12	2	4	3	2	2	4	17
13	5	4	4	5	5	4	27
14	4	5	4	4	4	1	22
15	5	4	4	5	5	1	24
16	5	5	4	5	5	5	29
17	4	5	3	4	4	5	25
18	5	5	3	5	5	5	28
19	4	5	3	4	4	5	25
20	5	4	4	5	5	4	27
21	4	4	4	5	4	4	25
22	3	4	4	4	3	4	22
23	3	2	4	4	3	2	18
24	5	4	4	4	5	4	26
25	4	4	4	1	4	4	21
26	3	4	4	4	3	4	22
27	2	4	4	4	2	4	20
28	3	4	4	3	3	4	21
29	3	3	3	3	3	3	18
30	3	3	2	4	3	3	18
31	5	4	2	5	5	4	25
32	3	3	2	5	3	3	19
33	2	3	2	2	2	3	14
34	5	4	4	5	5	4	27
35	4	4	4	5	4	4	25
36	3	4	4	4	3	4	22
37	3	4	2	3	3	4	19
38	3	4	3	3	3	4	20
39	3	3	3	4	3	3	19

40	4	3	3	4	4	3	21
41	4	4	4	2	4	4	22
42	2	4	3	2	2	4	17
43	5	4	4	4	5	4	26
44	2	3	2	4	2	3	16
45	2	4	2	4	2	4	18
46	5	4	4	4	4	4	25
47	4	4	3	4	4	4	23
48	3	4	1	4	3	4	19
49	4	5	5	5	4	5	28
50	5	4	4	4	5	4	26
51	3	1	4	1	3	1	13
52	5	4	4	4	4	4	25
53	3	1	4	1	2	4	15
54	4	4	2	4	5	4	23
55	4	4	5	4	4	4	25
56	2	3	4	2	4	4	19
57	4	4	5	4	3	4	24
58	5	5	4	5	3	4	26
59	4	4	5	4	3	4	24
60	5	4	4	5	3	3	24
61	4	4	5	4	4	3	24
62	4	5	5	5	2	3	24
63	5	4	4	4	2	4	23
64	3	1	4	1	4	4	17
65	5	4	4	4	4	4	25
66	3	1	4	1	3	4	16
67	4	4	2	4	4	5	23
68	4	4	5	4	5	4	26
69	2	3	4	2	3	1	15
70	4	4	5	4	4	4	25
71	5	5	4	5	2	4	25
72	4	4	5	4	5	4	26
73	4	3	3	3	3	3	19
74	4	4	2	3	4	1	18
75	3	4	3	4	4	3	21
76	3	5	3	3	5	3	22
77	4	3	3	4	3	3	20
78	5	4	5	5	4	5	28
79	3	2	3	4	3	2	17
80	5	4	3	5	5	4	26
81	3	3	3	4	3	2	18

82	3	3	3	4	3	3	19
83	3	3	3	4	3	3	19
84	2	3	5	4	2	3	19
85	3	4	4	3	3	4	21
86	3	3	4	3	3	3	19
87	3	2	3	4	3	2	17
88	5	4	3	5	5	4	26
89	3	3	3	4	3	2	18
90	3	3	3	4	3	3	19
91	3	3	3	4	3	3	19
92	2	3	5	4	2	3	19
93	3	4	3	4	5	4	23
94	3	3	3	1	4	3	17
95	3	4	4	4	3	4	22
96	5	5	5	4	4	5	28
97	3	1	5	3	4	4	20
98	2	4	2	3	5	4	20
99	3	4	3	4	5	4	23
100	3	3	3	1	4	3	17
101	3	4	4	4	3	4	22
102	5	2	3	2	3	2	17
103	4	4	5	4	5	4	26
104	4	2	3	2	3	2	16
105	3	3	3	3	3	3	18
106	3	3	3	3	3	3	18
107	4	3	2	3	2	3	17
108	5	4	3	4	3	4	23
109	4	3	3	3	3	3	19
110	3	2	3	3	2	3	16
111	5	4	5	5	4	5	28
112	3	2	3	3	2	3	16
113	3	3	3	3	3	3	18
114	3	3	3	3	3	3	18
115	2	3	2	2	3	2	14
116	3	4	3	3	4	3	20
117	3	3	3	3	3	3	18
118	3	4	3	3	4	3	20
119	5	5	5	5	5	5	30
120	3	1	3	3	1	3	14
121	2	4	2	2	4	2	16
122	5	4	5	5	4	5	28
123	4	5	4	4	5	4	26

124	5	4	5	5	4	5	28
125	5	5	5	5	5	5	30
126	4	5	4	4	5	4	26
127	5	5	5	5	5	5	30
128	4	5	4	4	5	4	26
129	5	4	5	5	4	5	28
130	4	4	4	4	4	4	24
131	3	4	3	3	4	3	20
132	3	2	3	3	2	3	16
133	3	3	3	3	3	3	18
134	4	4	4	4	4	4	24
135	3	4	3	3	4	3	20
136	2	4	2	2	4	2	16
137	3	4	3	3	4	3	20
138	3	3	3	3	3	3	18
139	3	3	3	3	3	3	18
140	5	4	5	5	4	5	28

**Lampiran 10 : Tabulasi Hasil Angket Responden Karakteristik
Kewirausahaan**

Responden	Karakteristik Kewirausahaan (X2)						Jumlah
1	3	2	3	2	3	2	15
2	5	4	4	4	5	4	26
3	3	2	3	2	3	2	15
4	3	3	4	3	3	3	19
5	3	3	3	3	3	3	18
6	2	3	4	3	2	3	17
7	3	4	4	4	3	4	22
8	3	3	5	3	3	3	20
9	3	4	3	4	3	4	21
10	5	5	4	1	5	5	25
11	3	4	4	1	2	1	15
12	2	4	5	4	2	1	18
13	5	4	4	4	5	4	26
14	4	1	4	5	4	5	23
15	5	1	4	4	5	4	23
16	5	5	5	5	5	5	30
17	4	5	4	5	4	5	27
18	5	5	5	5	5	5	30
19	4	5	4	5	4	5	27
20	5	4	4	4	5	4	26
21	4	4	3	4	4	4	23
22	3	4	3	4	3	4	21
23	3	2	4	2	3	2	16
24	5	4	5	4	5	4	27
25	4	4	4	4	4	4	24
26	3	4	3	4	3	4	21
27	2	4	4	4	2	4	20
28	3	4	4	4	3	4	22
29	3	3	5	3	3	3	20
30	3	3	3	3	3	3	18
31	5	4	4	4	3	4	24
32	3	3	3	3	3	3	18
33	2	3	5	3	2	3	18
34	5	4	4	4	5	4	26
35	4	4	3	4	4	4	23
36	3	4	3	4	3	4	21
37	3	4	3	4	3	4	21

38	3	4	3	4	3	4	21
39	3	3	4	3	3	3	19
40	4	3	4	3	4	3	21
41	4	4	4	4	4	4	24
42	2	4	2	4	2	4	18
43	5	4	5	4	5	4	27
44	2	3	4	3	2	3	17
45	2	4	2	4	2	4	18
46	4	4	5	4	5	4	26
47	4	4	4	4	4	4	24
48	3	4	4	4	3	4	22
49	4	5	5	5	4	5	28
50	5	4	5	4	5	4	27
51	3	1	3	1	3	1	12
52	4	4	5	4	4	4	25
53	2	4	3	1	2	4	16
54	5	4	3	4	5	4	25
55	4	4	4	4	4	4	24
56	4	4	3	3	4	4	22
57	3	4	4	4	3	4	22
58	3	4	5	5	3	4	24
59	3	4	4	4	3	4	22
60	3	3	4	4	3	3	20
61	4	3	4	4	4	3	22
62	2	3	5	5	5	3	23
63	2	4	5	4	3	4	22
64	4	4	3	1	4	4	20
65	4	4	5	4	2	4	23
66	3	4	3	1	5	4	20
67	4	5	3	4	4	5	25
68	5	4	4	4	4	4	25
69	3	1	3	3	3	1	14
70	4	4	4	4	3	4	23
71	2	4	5	5	3	4	23
72	5	4	4	4	3	4	24
73	3	3	3	3	2	5	19
74	4	1	5	2	3	5	20
75	4	3	4	3	3	5	22
76	5	3	4	3	3	5	23
77	3	3	2	3	5	4	20
78	4	5	3	5	3	4	24
79	3	2	3	2	3	2	15
80	5	4	4	4	5	4	26

81	3	2	3	2	3	2	15
82	3	3	4	3	3	3	19
83	3	3	3	3	3	3	18
84	2	3	4	3	2	3	17
85	3	4	4	4	3	4	22
86	3	3	5	3	3	3	20
87	3	2	3	2	3	2	15
88	5	4	4	4	5	4	26
89	3	2	3	2	3	3	16
90	3	3	4	3	3	3	19
91	3	3	3	3	3	3	18
92	2	3	4	3	2	3	17
93	5	4	3	4	4	4	24
94	4	3	3	3	5	3	21
95	3	4	3	4	3	4	21
96	4	5	5	5	4	1	24
97	4	4	3	4	4	1	20
98	5	4	2	4	5	4	24
99	5	4	3	4	4	4	24
100	4	3	3	3	5	3	21
101	3	4	3	4	3	4	21
102	3	2	3	3	3	3	17
103	5	4	5	4	4	4	26
104	3	2	3	3	3	4	18
105	3	3	2	3	3	3	17
106	3	3	5	4	4	4	23
107	2	3	4	4	4	4	21
108	3	4	3	4	4	5	23
109	3	3	3	4	4	1	18
110	2	3	2	3	3	2	15
111	4	5	4	3	5	4	25
112	2	3	2	3	3	2	15
113	3	3	3	3	3	3	18
114	3	3	3	3	3	3	18
115	3	2	3	5	2	3	18
116	4	3	4	4	3	4	22
117	3	3	3	4	3	3	19
118	4	3	4	2	3	4	20
119	5	5	5	3	5	5	28
120	1	3	1	4	2	4	15
121	4	2	4	3	2	4	19
122	4	5	4	4	5	4	26

123	5	4	5	4	4	5	27
124	4	5	4	4	5	4	26
125	5	5	5	4	5	5	29
126	5	4	5	3	4	5	26
127	5	5	5	3	5	5	28
128	5	4	5	3	4	5	26
129	4	5	4	4	5	4	26
130	4	4	4	4	4	4	24
131	4	3	4	4	3	4	22
132	2	3	2	4	3	2	16
133	3	3	3	3	5	4	21
134	4	4	4	4	4	4	24
135	4	3	4	4	3	4	22
136	4	2	4	4	2	4	20
137	4	3	4	4	3	4	22
138	3	3	3	3	3	3	18
139	3	3	3	2	3	3	17
140	4	5	4	2	5	4	24

Lampiran 11 : Tabulasi Hasil Angket Responden Keberhasilan Usaha

Responden	Keberhasilan Usaha (Y)								Jumlah
1	1	2	3	2	3	2	3	4	20
2	5	4	5	4	4	4	5	4	35
3	3	2	3	2	3	2	3	4	22
4	3	3	3	3	4	3	3	1	23
5	3	3	3	3	3	3	3	5	26
6	2	3	2	3	4	3	2	4	23
7	3	4	3	4	4	4	3	4	29
8	3	3	3	3	5	3	3	4	27
9	3	4	3	4	3	4	3	4	28
10	5	5	5	5	4	1	5	2	32
11	3	1	3	4	4	1	2	5	23
12	2	4	2	4	5	4	2	4	27
13	5	4	5	4	4	4	5	5	36
14	4	5	4	1	4	5	4	4	31
15	5	4	5	1	4	4	5	5	33
16	5	5	5	5	5	5	5	4	39
17	4	5	4	5	4	5	4	5	36
18	5	5	5	5	5	5	5	5	40
19	4	5	4	5	4	5	4	4	35
20	5	4	5	4	4	4	5	4	35
21	4	4	4	4	3	4	4	4	31
22	3	4	3	4	3	4	3	4	28
23	3	2	3	2	4	2	3	2	21
24	3	3	3	4	5	4	5	5	32
25	4	4	4	4	4	4	4	4	32
26	3	4	3	4	3	4	3	5	29
27	2	4	2	4	4	4	2	4	26
28	3	4	3	4	4	4	3	5	30
29	3	3	3	3	5	3	3	3	26
30	3	3	3	3	3	3	3	2	23
31	5	4	5	4	4	4	5	3	34
32	3	3	3	3	3	3	3	3	24
33	2	3	2	3	5	3	2	3	23
34	5	4	5	4	4	4	5	5	36
35	4	4	4	4	3	4	4	3	30
36	3	4	3	4	3	4	3	3	27
37	3	4	3	4	3	4	3	3	27
38	3	4	3	4	3	4	3	3	27
39	3	3	3	3	4	3	3	3	25

40	4	3	4	3	4	3	4	5	30
41	4	4	4	4	4	4	4	4	32
42	2	4	2	4	2	4	2	4	24
43	2	4	2	4	5	4	5	3	29
44	2	3	2	3	4	3	2	3	22
45	2	4	2	4	2	4	2	3	23
46	3	1	3	4	5	4	5	3	28
47	4	4	4	4	4	4	4	3	31
48	3	4	3	4	4	4	3	5	30
49	4	5	4	5	5	5	4	3	35
50	5	4	5	4	5	4	5	3	35
51	3	1	3	1	3	1	3	4	19
52	4	4	4	4	5	4	4	4	33
53	2	4	2	4	3	1	2	3	21
54	3	1	3	4	3	4	5	4	27
55	4	4	4	4	4	4	4	4	32
56	3	3	3	4	3	3	4	5	28
57	5	3	5	4	4	4	3	4	32
58	3	3	3	4	5	5	3	5	31
59	3	3	3	4	4	4	3	3	27
60	3	3	3	3	4	4	3	3	26
61	2	5	2	3	4	4	4	5	29
62	5	4	5	3	5	5	5	3	35
63	3	1	3	4	5	4	3	3	26
64	4	4	4	4	3	1	4	3	27
65	2	4	2	4	5	4	2	2	25
66	3	1	3	4	3	1	5	3	23
67	4	4	4	5	3	4	4	3	31
68	3	3	3	4	4	4	4	3	28
69	5	3	5	1	3	3	3	5	28
70	3	3	3	4	4	4	3	2	26
71	3	3	3	4	5	5	3	2	28
72	3	3	3	4	4	4	3	5	29
73	2	3	2	3	3	3	2	4	22
74	3	4	3	1	5	2	3	5	26
75	3	3	3	3	4	3	3	5	27
76	3	4	3	3	4	3	3	4	27
77	5	5	5	3	2	3	5	5	33
78	3	4	3	5	3	5	3	4	30
79	3	2	3	2	3	2	3	5	23
80	5	4	4	4	4	4	5	4	34

81	3	2	3	2	3	2	3	3	21
82	3	3	4	3	4	3	3	3	26
83	3	3	3	3	3	3	3	5	26
84	2	3	5	3	4	3	2	4	26
85	3	4	4	4	4	4	3	3	29
86	3	3	4	3	5	3	3	2	26
87	3	2	3	2	3	2	3	3	21
88	5	4	3	4	4	4	5	3	32
89	3	3	3	2	3	2	3	3	22
90	3	3	3	3	4	3	3	5	27
91	3	3	3	3	3	3	3	3	24
92	2	3	5	3	4	3	2	2	24
93	3	4	3	4	3	4	4	5	30
94	3	3	3	3	3	3	5	4	27
95	3	4	4	4	3	4	3	4	29
96	5	5	5	5	5	5	4	2	36
97	5	2	4	3	3	4	4	5	30
98	4	3	3	2	3	4	4	2	25
99	4	3	3	3	3	3	3	2	24
100	5	5	3	3	2	2	3	5	28
101	1	4	3	5	4	5	4	4	30
102	4	3	4	3	2	4	5	3	28
103	4	4	4	3	3	4	5	3	30
104	3	4	2	3	3	4	4	5	28
105	3	5	2	2	3	4	4	3	26
106	4	3	2	3	1	3	1	3	20
107	4	2	2	2	4	2	4	3	23
108	4	5	3	5	4	5	4	2	32
109	5	4	4	4	5	4	5	3	34
110	4	5	3	5	4	5	4	3	33
111	5	5	4	5	5	5	5	3	37
112	5	4	5	4	5	4	5	5	37
113	3	3	2	2	3	2	3	3	21
114	3	5	4	4	5	4	4	2	31
115	3	3	2	2	3	2	3	5	23
116	3	3	3	3	3	3	4	4	26
117	3	3	3	3	3	3	3	5	26
118	5	2	3	3	2	3	4	5	27
119	4	3	4	4	3	4	4	4	30
120	4	3	3	3	3	3	5	3	27
121	2	3	4	4	3	4	3	5	28

122	3	5	5	5	5	5	4	3	35
123	4	2	4	4	3	1	4	3	25
124	3	2	4	4	2	4	5	3	27
125	4	5	4	4	5	4	4	2	32
126	4	4	5	5	4	5	4	2	33
127	4	5	4	4	5	4	4	3	33
128	4	5	5	5	5	5	5	3	37
129	3	4	5	5	4	5	4	3	33
130	3	5	5	5	5	5	5	5	38
131	3	4	5	5	4	5	4	3	33
132	4	5	4	4	5	4	4	3	33
133	4	4	4	4	4	4	3	3	30
134	4	3	4	4	3	4	3	3	28
135	3	4	3	3	4	3	4	3	27
136	2	4	2	3	4	3	4	5	27
137	3	4	3	4	4	4	4	4	30
138	3	3	3	4	2	4	2	4	25
139	3	3	3	4	5	4	5	3	30
140	5	4	5	3	4	3	4	3	31

Lampiran 12 : Hasil Output SPSS Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

a. Kolmogorov-Smirnov

		Unstandardized Residual
N		140
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.34313221
Most Extreme Differences	Absolute	.063
	Positive	.063
	Negative	-.045
Test Statistic		.063
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

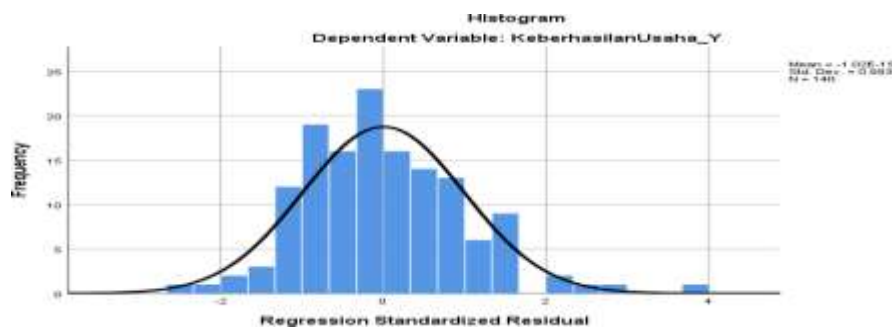
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

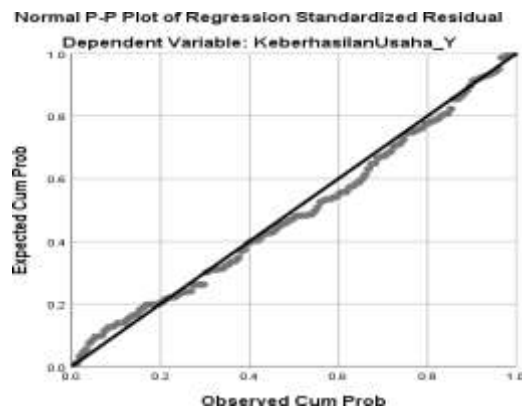
c. Lilliefors Significance Correction.

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

b. Histogram



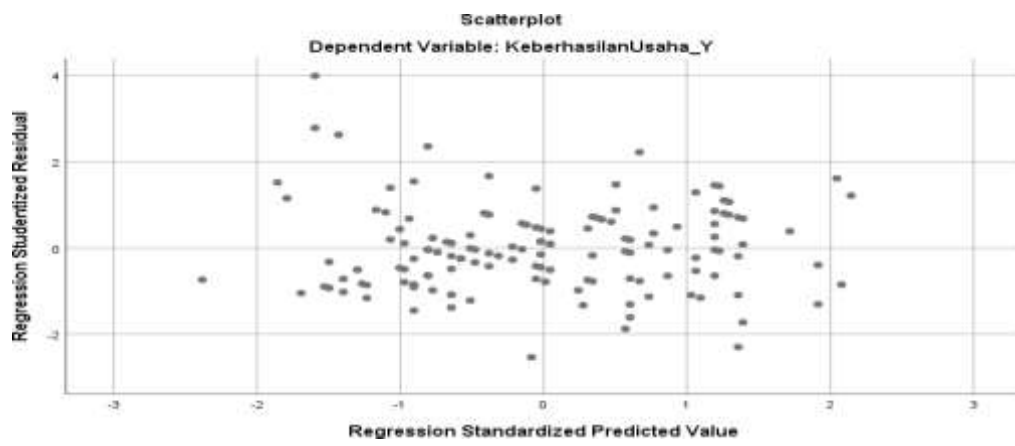
C. Normal P-Plot



2. Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	PerilakuKonsumen_X1	.236	4.243
	KarkarakteristikKewirausahaan_X2	.236	4.243

3. Uji Heteroskedastisitas



Lampiran 13 : Hasil Output SPSS Uji Analisis Linear Berganda

1. Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	11.674	1.642		7.112	.000
PerilakuKonsumen_X1	.295	.142	.272	2.075	.040
KarkarakteristikKewirausahaan_X2	.493	.155	.417	3.188	.002

a. Dependent Variable: KeberhasilanUsaha_Y

2. Uji Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.668 ^a	.446	.438	3.36745

a. Predictors: (Constant), KarkarakteristikKewirausahaan_X2, PerilakuKonsumen_X1

b. Dependent Variable: KeberhasilanUsaha_Y

3. Uji Hipotesis

Hipotesis	Uji dan Kriteria	Hasil	Keterangan
R square = pengaruh dari variabel bebas dan variabel terikat		<i>Adjusted R Square</i> = 44,6%	Variabel dependen dalam penelitian ini sebesar 44,6% dapat dijelaskan oleh variabel independen yang digunakan.
H1 = Perilaku Konsumen berpengaruh signifikan terhadap Keberhasilan Usaha Pecel Uyen Ulek	$t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan $\alpha = 0,000$, maka H_0 ditolak $p < 0,05$, maka H_a diterima	$2,075 > 1,977$ $\alpha = 0,040 < 0,05$	Hipotesis diterima
H2 = Karakteristik Kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap Keberhasilan Usaha Pecel Uyen Ulek.	$t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan $\alpha = 0,000$, maka H_0 ditolak $p < 0,05$, maka H_a diterima	$3,188 > 1,977$ $\alpha = 0,002 < 0,05$	Hipotesis diterima

H3 = Perilaku Konsumen dan Karakteristik Kewirausahaan berpengaruh signifikan dan simultan terhadap Keberhasilan Usaha Pecel Uyen Ulek.	$F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan $\alpha = 0,000$, maka H_0 ditolak $p < 0,05$, maka H_a diterima	$55,237 > 3,06$ $\alpha = 0,000 < 0,05$	Hipotesis diterima
---	--	--	--------------------



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKA PRASETYA

Jl. Merapi No. 08 Medan – 20212

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

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

Medan, 06 Februari 2023

Nomor : 5756/R/STIE-EP/II/2023

Lamp. : ---

Hal : "Observasi"

Kepada Yth.

Bapak/Ibu Pimpinan Pecel Uyen Ulek Medan

Di-

Tempat

Dengan hormat,

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

Nama	: Wendy Wijaya
NIM	: 191010063
Semester	: VII
Program Studi	: Manajemen (S1)
Judul Tugas Akhir	: Analisis Perilaku Konsumen Dan Karakteristik Kewirausahaab Terhadap Keberhasilan Usaha Pecel Uyen Ulek Medan

Untuk mengadakan peninjauan ke Pecel Uyen Ulek 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 dipublikir untuk umum. Kami juga mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk membalas surat kami ini yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut di atas benar telah melakukan observasi dimaksud.

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

Hormat kami,

Ketua STIE Eka Prasetya

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

PECEL UYEN ULEK

Jalan. Sei. Kera, Pandau Hilir
Kec. Medan Perjuangan
Kota Medan
Sumatera Utara 20234

Selasa, 07 Februari 2023

Perihal : Surat Balasan

Kepada Yth,
Ketua STIE Eka Prasetya
Ibu Dr. Sri Rezeki, S.E, M.Si.
Di -
Tempat

Dengan Hormat,

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama	: Widiawaty
Jabatan	: Pemilik Usaha
Nomor telepon	: +62 812-4741-6396

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama	: Wendy Wijaya
NIM	: 191010063
Mahasiswa	: STIE Eka Prasetya
Program Studi	: Manajemen Kewirausahaan

Telah saya setuju untuk melakukan penelitian di toko saya sebagai syarat penyusunan skripsi dengan judul "Analisis Perilaku Konsumen dan Karakteristik Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha Pecel Uyen Ulek Medan".

Demikian surat ini saya buat dengan benar adanya, atas perhatian dan kerjasamanya saya mengucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

PECEL UYEN ULEK

Widiawaty

(Widiawaty)
Tersedia: Pecel - Uyen - Tahu Goreng - Rujak
HP: 0812 4741 6396





SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKA PRASETYA

KARTU BUKTI PESERTA SEMINAR PROPOSAL

NAMA : Wendy Wijaya
NIM : 191010063
PROGRAM STUDI : Manajemen

NO	HARI/TANGGAL SEMINAR	PENYAJI SEMINAR	NIM	Tanda Tangan Pimp. Seminar
1	Selasa, 15 Februari 2022	Marvin JUDUL PROPOSAL : Pengaruh kualitas jasa dan Kepercayaan Terhadap keputusan Menggunakan Jasa CV. Karya Sentosa	181010283	
2.	Selasa, 15 Februari 2022	Andrew Salim JUDUL PROPOSAL : Pengaruh Harga dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Sinar Gemilang Berdana Mandiri (Distribusi Semen Merah putih)	181010172	
3	Rabu, 16 Februari 2022	Kelvin Wiranata JUDUL PROPOSAL : Pengaruh karakteristik kewirausahaan, Iklan Di Media sosial dan Harga Terhadap Penjualan Di kopi Titi koma	181010254	
4.	Rabu, 16 Februari 2022	Michael JUDUL PROPOSAL : Pengaruh Promosi Penjualan, Kualitas Pelayanan dan Keberagaman Merek di Terhadap Volume Penjualan pada Toko Riau Motor	181010205	
5	Rabu, 16 Februari 2022	Jenifer JUDUL PROPOSAL : Analisa lokasi UMKM dan Penetapan Harga Dalam Menarik Pembelian Konsumen Pada UMKM Jaya Sukses Medan	181010111	
		JUDUL PROPOSAL :		
		JUDUL PROPOSAL :		
		JUDUL PROPOSAL :		

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

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

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



STIE EKA PRASETYA MEDAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

1



Nama Mahasiswa : Wendy Wijaya

NIM : 191010063

Kelas : Kewirausahaan A

Konsentrasi : Kewirausahaan, ~~Pemasaran~~ (coret yang tidak sesuai)

HP/WA : 0882-6016-6213 Email: Wendy.wijaya161@gmail.com

Alamat Tinggal: Jl. SELKEKA Gg. Mangga No.1

Nama Dosen Pembimbing 1:

Nama Dosen Pembimbing 2:

Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M

Muhammad Ali Akbar, S.E., M.M

No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing
1	01/10/22	Bimbingan Skripsi : Judul	ffef
2	12/11/22	Revisi Bab 1 : Latar belakang, Identifikasi masalah & Rumusan masalah	ffef
3	24/12/2022	Revisi Bab 1 : Latar belakang, Identifikasi masalah, Tujuan & Rumusan masalah	ffef
4	12/01/2023	ACC bab 1	ffef
5	16/02/2023	Revisi bab 2 : Jurnal Penelitian terdahulu	ffef
6	16/02/2023	Revisi kuesioner	ffef
7	16/02/2023	ACC bab 3, ACC sempro	ffef
8	Am		
9	20/03/2023	Revisi kuesioner	ffef
10	29/04/2023	Revisi bab 1 tabel 1.1	ffef
11	05/05/2023	Revisi bab 4 (tabel hasil SPSS)	ffef
12	05/05/2023	Revisi bab 5 (5.1 kesimpulan)	ffef
13	06/05/2023	ACC sidang	ffef
14			
15			
16			
17			

REVISI SIDANG		Uraian Revisi Sidang / Bimbingan perbaikan Revisi	Ttd Dosen Penguji
No	Tanggal		
1	30/03/2023	ACC Perbaikan setelah Seminar Proposal (tabel data Pengujian)	
2		Identifikasi, tabel 1.1.	
3			
4			

Diketahui oleh,
Wakil Ketua 1 Bidang Akademik

Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M



STIE EKA PRASETYA MEDAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

2



Nama Mahasiswa : Wendy Wijaya

NIM : 191010063

Kelas : Kewirausahaan A

Konsentrasi : Kewirausahaan, ~~Pemasaran~~ (coret yang tidak sesuai)

HP/WA : 0882-6016-6213 Email: Wendy.Wijaya181@gmail.com

Alamat Tinggal: Jl. SELKERA GG. MANGGA K10-1

Nama Dosen Pembimbing 1:

Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M

Nama Dosen Pembimbing 2:

Muhammad Ali Akbar, S.E., M.M

No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing
1	18 Januari 2023	Revisi bab 1: Rumusan masalah	Agul
2	06 Februari 2023	Revisi halaman nomor	Agul
3	06 Februari 2023	Revisi Bab 3 (Populasi & Sampel)	Agul
4	06 Februari 2023	Revisi ACC Bab 1.	Agul
5	06 Februari 2023	ACC Bab 2	Agul
6	17 Februari 2023	ACC Sempro	Agul
7	20 / Maret 2023	Revisi visi misi	Agul
8	19 / April / 2023	Revisi Bab 4 (buat visi & misi usaha)	Agul
9	14 / April / 2023	Revisi Bab 5 (implikasi manajerial)	Agul
10	26 / 4 / 2023	ACC sidang mega hijau	Agul
11			
12			
13			
14			
15			
16			
17			

REVISI SIDANG		Uraian Revisi Sidang / Bimbingan perbaikan Revisi	Ttd Dosen Penguji
No	Tanggal		
1	20 Maret 2023	ACC Perbaikan setelah Seminar Proposal	
2	29 Mei 2023	ACC Perbaikan setelah sidang mega hijau	
3			
4			

Diketahui oleh,
Wakil Ketua I Bidang Akademik

Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Wendy Wijaya
NIM/Program Studi : 191010063/Manajemen
Tempat & Tanggal Lahir : Medan, 11 Juni 2001
No Handphone : 0882-6016-6213
Agama : Buddha
Email : wendy.wijaya181@gmail.com
Pekerjaan : Delivery/Kolektor
Nama Perusahaan : Cv. Sinar Omega Pratama
Latar Belakang Pendidikan : 1. 2007 – 2013 SD Husni Thamrin Medan
2. 2013 – 2016 SMP Husni Thamrin Medan
3. 2016 – 2019 SMA Husni Thamrin Medan
4. 2019 – Sekarang STIE Eka Prasetya
Nama Ayah : Saripin
Nama Ibu : Wigiatik
Alamat Orang Tua : Jalan Sei Kera Gang Mangga No. 1

Medan, 29 Mei 2023



Wendy Wijaya