

PENGARUH LOKASI DAN VARIAN PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI SUN BREAD SAGULUNG

The Effect of Location and Product Variants on Consumer Purchase Interest in Sun Bread Sagulung

Fitry Ika Sari Nasution, Eryd Saputra

¹Menejemen Kuliner, Politeknik Pariwisata Batam

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh lokasi dan varian produk terhadap minat beli konsumen di Sun Bread sagulung. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan observasi. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dengan kriteria yaitu konsumen yang pernah membeli produk di Sun Bread Sagulung satu kali atau lebih dalam kurun waktu satu bulan. Penelitian ini dilakukan 3 pengujian yaitu uji validitas dengan analisis korelasi *Pearson (Product Moment Coefficient Of Corelation)*, uji reliabilitas dengan perhitungan menggunakan *Crobach's Alpha* dan regresi linear berganda yang menggunakan *IBM SPSS Statistics Versi. 25* dalam mengolah data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen di Sun Bread Sagulung dan varian produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen di Sun Bread Sagulung. Lokasi dan varian produk bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen di Sun Bread Sagulung.

Kata kunci : Lokasi, Varian Produk, dan Minat Beli Konsumen

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of location and product variants on buying interest at Sun Bread Sagulung. This study uses a quantitative method with an associative approach. Methods of data collection using questionnaires and observation. The sample in this study was 100 people with the criteria that consumers had purchased products at Sun Bread Sagulung once or more within one month. This study carried out 3 tests, namely the validity test with Pearson correlation analysis (*Product Moment Coefficient Of Correlation*), the reliability test with calculations using Cronbach's Alpha, and multiple linear regression using *IBM SPSS Statistics Version. 25* in processing data. The results showed that location did not have a significant influence on consumer interest in buying in Sun Bread Sagulung and product variants have a significant influence on consumer buying interest in Sun Bread Sagulung. Location and product variants together have a significant influence on consumer buying interest in Sun Bread Sagulung.

Keywords: Location, Product Variants, and Interest Buying.

PENDAHULUAN

Seperti yang kita tahu, Batam merupakan salah-satu kota yang berada pada Provinsi Kepulauan Riau. Batam juga terkenal sebagai salah-satu kota industri di Indonesia. Dilansir dari (BP Batam, 2022) menyatakan bahwa pada tahun 2021, Batam turut andil untuk menyumbang sebesar 63,97% bagi Pendapatan Domestik Regional Bruto atau yang lebih dikenal dengan PDRB bagi Kepulauan Riau. Dari data tersebut bisa disimpulkan bahwa rata-rata mata pencarian utama masyarakat di kota Batam adalah sebagai pekerja. Terutama di Batu Aji sendiri yang merupakan salah satu daerah di Batam yang memiliki populasi penduduk dengan jumlah penduduk sebanyak 139.512 jiwa, dilansir dari Badan Pusat Statistik Kota Batam. Dari pengalaman penulis, rata-rata suami istri yang bertempat tinggal di Batu Aji terkhusus di daerah tempat tinggal penulis di Kecamatan Sagulung, adalah pekerja, jadi dalam hal memasak dirumah sangat jarang dilakukan karena waktu kerja yang mereka miliki cukup padat. Hal inilah yang menjadi salah satu faktor bagi mereka untuk membeli makanan diluar dan juga manfaat bagi orang-orang yang menjalankan usaha restoran. Usaha restoran di Batu Aji sendiri sudah banyak jenisnya, adapun usaha restoran yang dapat kita jumpai di Batu Aji yaitu, Sun Bread yang beralamat di Simpang *basecamp* Jl. Brigjen Katamso, Tanjung Uncang, Sagulung, Batam. Adapun hasil observasi yang telah peneliti lakukan untuk lokasi pada Sun Bread Sagulung sendiri yaitu lokasi yang memang bertempatan dekat dengan jalan raya besar, tetapi jika ingin masuk ke lokasi harus menjorok kedalam serta akses jalan untuk masuk kedalam agak sulit dikarenakan jalan dan akses parkir tidak diberi pembatas, dan untuk tempat parkir mobil sendiri bisa dibilang terbatas karena untuk didepan sendiri hanya bisa terparkir tiga mobil dan parkir samping hanya bisa empat sampai enam mobil saja. Untuk lingkungannya sendiri, hanya Sun Bread yang merupakan *café* atau restoran yang menyajikan

tempat makan, dan untuk toko sekelilingnya adalah toko bengkel mobil, toko besi dan toko paket. Hal ini yang berpotensi menyebabkan kurangnya minat beli dikarenakan tidak ada pilihan lain atau restoraan lain yang ada dekat atau satu kawasan dengan Sun Bread Sagulung.

Dengan hasil observasi dan wawancara yang sudah peneliti lakukan. Maka dari itu, peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian di Sun Bread Sagulung karena *brand* ini sudah terkenal dikalangan masyarakat Kota Batam terkhusus masyarakat Batu Aji yang menjadi responden dalam penelitian ini. Maka perlu diadakan kajian mengenai pengaruh lokasi dan varian produk di Sun Bread Sagulung sehingga dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk meningkatkan minat beli konsumen. Pemaparan diatas dapat dijadikan suatu kesimpulan yang mempengaruhi keputusan peneliti untuk mengangkatnya sebagai proyek akhir dan di rangkum dengan judul **“Pengaruh Lokasi dan Varian Produk Terhadap Minat Beli Konsumen di Sun Bread Sagulung”**.

BAHAN DAN METODE

penelitian kali ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Menurut (Firmansyah et al., 2021) Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang meneliti populasi atau sampel tertentu, mengumpulkan informasi melalui alat penelitian, menganalisis data kuantitatif/statistik berupa angka-angka, dengan tujuan menguji hipotesis yang digunakan. Pendekatan asosiatif menurut (Nasution & Pasaribu, 2020) adalah pendekatan yang berfungsi untuk mengetahui bahwa adanya hubungan antara kedua variabel. Dalam penelitian ini pendekatan asosiatif digunakan untuk mengetahui pengaruh lokasi (X1) dan Sun Bread Sagulung, kota Batam. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan observasi. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dengan kriteria yaitu konsumen yang pernah membeli produk di Sun Bread Sagulung satu kali

atau lebih dalam kurun waktu satu bulan. Penelitian ini dilakukan 3 pengujian yaitu uji validitas dengan analisis korelasi *Pearson (Product Moment Coefficient Of Corelation)*, uji reliabilitas dengan perhitungan menggunakan *Crobach's Alpha* dan regresi linear berganda yang menggunakan *IBM SPSS Statistics* Versi. 25 dalam mengolah data.

PEMBAHASAN

Peneliti melakukan analisa terhadap responden konsumen, dengan jumlah sampel yang di gunakan untuk penelitian ini sebanyak 100 responden yang telah melakukan pembelian di Sun Bread Sagulung sebanyak 1 kali atau lebih selama sebulan,dan dalam analisisnya dibagi menjadi 4 diantaranya, seberapa sering melakukan pembelian, jenis kelamin, umur, dan pekerjaan. Data yang digunakan dalam teknik yaitu data premier dengan teknik pengumpulan data subjek opini yaitu menyebarkan kuesioner kepada pelanggan yang sudah berbelanja di Sun Bread Sagulung.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas atau kesalan digunakan untuk mengetahui sejauh mana kuesioner yang dikirim dapat mengekstrak data atau informasi yang dibutuhkan (Daniar Pramita et al., 2021). Penelitian kali ini, penulis menggunakan analisis korelasi *pearson (Product Momen Coefficient of Correlation)* yang proses perhitungannya dibantu dengan SPSS versi 25. Cara menentukan besar nilai R tabel menurut (Maulana et al., 2021).

1. Jika rhitung lebih besar dari rtabel (rhitung > rtabel), maka item pertanyaan dari responden survei dinyatakan valid.
2. Jika rhitung lebih kecil dari rtabel (rtabel < rtabel), maka item pertanyaan dari responden survei dibatalkan.

Dengan jumlah responden sebanyak 100 orang dan signifikasi sebesar 10% maka rtabel yang didapat adalah 0.1654. adapun hasil uji Validitas pada penelitian kali ini yaitu :

No item	Rhitung	Rtabel	keputusan
X 01	0.230		valid
X 02	0.702		valid
X 03	0.704		valid
X 04	0.690		valid
X 05	0.541	0.1654	valid
X 06	0.676		Valid
X 07	0.732		Valid
X 08	0.604		Valid

Tabel 1. 1 Hasil Uji Vakiditas X2

No item	Rhitung	Rtabel	Keputusan
X 09	0.745		Valid
X 10	0.677		Valid
X 11	0.621	0.1654	Valid
X 12	0.671		Valid
X 13	0.609		Valid

Tabel 1. 2 Hasil Uji Validitas X2

No item	Rhitung	Rtabel	Keputusan
X 14	0.709		Valid
X 15	0.758	0.1654	Valid
X 16	0.749		Valid
X 17	0.702		Valid

Tabel 1. 3 Hasil Uji Validitas Y

Dapat dilihat pada tiga tabel di atas menyatakan bahwa hasil uji validitas dari 3 variabel terbukti valid karena Rhitung lebih besar jumlahnya daripada Rtabel.

Uji Reliabilitas

Menurut (Janna & Herianto, 2021) yang dikutip dari Suharismi Arikunto (2010) untuk uji reliabilitas dengan metode *Crobach' Alpha* yang perhitungannya dibantu dengan SPSS versi 25. Perhitungan menggunakan apabila nilai *Crobach's Alpha* > 0.60 maka butir pernyataan instrumen dinyatakan reliabel. Sebaliknya jika nilai *Crobach's Alpha* < 0.60 maka butir pernyataan dinyatakan tidak reliabel. Terdapat 17 butir pernyataan yang terbukti reliabel sebagai instrument untuk mewakili variabel lokasi usaha (X1), variabel Varian Produk (X2), dan variabel minat beli konsumen (Y) dibuktikan dengan hasil uji yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

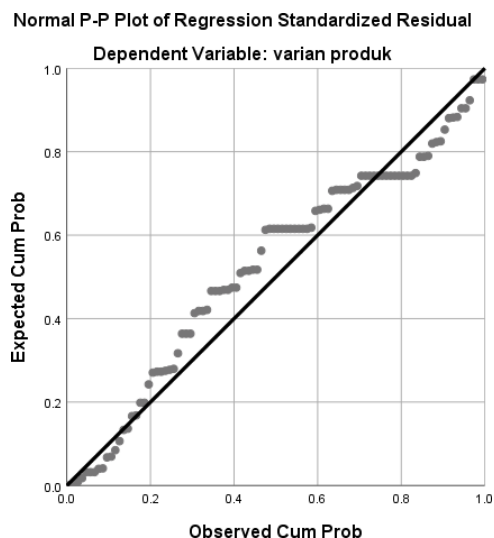
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.887	17

Tabel 1. 4 Hasil Uji Reliabilitas

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas.

Uji normalitas pada data yang digunakan dalam penelitian kali ini dapat dilihat pada grafik Normal P –Plot dibawah ini:



Gambar 1. 1 Hasil Uji Normalitas

Grafik diatas sudah memenuhi kriteria pengujian, yaitu titik-titik pada grafik Normal P –Plot menyebar disekitar dan mengikuti benang diagonalnya, artinya data yang digunakan pada penelitian ini telah terbukti distribusi normal.

2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah kondisi dimana varian dari semua obseervasi dalam suatu model regresi tidak sama. Menurut (Mardiatmoko, 2020) cara menguji Heteroskedastisitas yaitu dengan tes Glejser. Pengujian dilakukan dengan meregresi variabel bebas terhadap nilai residu mutlak. Residual adalah selisih antara variabel Y dan nilai prediksi variabel Y, dan nilai absolut adalah nilai mutlaknya (semua nilai positif). Jika signifikasi antara variabel bebas dan residual mutlak $> 0,10$, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas pada data yang digukan dalam penelitian kali ini menggunakan tes Glejser dan hasil nya dapat dilihat pada tabel di bawah :

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1					
	(Constant)	.412	.994		.679
	X1	-.005	.042	-.019	.903
	X2	.060	.068	.135	.378

Gambar 1. 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Dapat kita lihat pada tabel diatas bahwa sig. X1 dan X2 $>$ dari 0,10 maka dapat disimpulkan tidak terjadi hetroskedastisitas pada data yang digunakan dalam penelitian kali ini.

3. Uji Multikolinearitas

Menurut (Daniar Pramita et al., 2021)

Multikolinierita mengacu pada adanya korelasi atau hubungan yang hampir sempurna antara variabel bebas. Dalam model yang baik seharusnya tidak ada korelai antara variabel independen. Adanya multikolinearitas menyebabkan varian yang besar dalam model regresi, sehingga sulit untuk mendapatkan estimasi yang akurat. Multikolinearitas dapat dilihat dari nilai VIF (*Variance Inflation Factor*), dimana nilai VIF kurang dari 10,00 maka dapat dikatakan bahwa multikolinearitas yang ada tidak berbahaya atau melewati multikolinearitas. Uji multikolinieritas pada data yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Variabel	Collinearity statistic		Keputusan
	Tolerance	VIF	
Lokasi (X1)	0.436	2.295	Tidak terjadi multikolineritas
Varian Produk (X2)	0.436	2.295	Tidak terjadi multi kolineritas

Gambar 1. 3 Hasil Uji Multikolinearitas

Dapat dilihat data diatas sudah memenuhi kriteria pengujian, yaitu nilai Tolerance > 0.10 dan nilai VIF $< 10,00$, maka artinya data yang digunakan dalam penelitian ini terbukti tidak memiliki gejala multi kolinieritas.

Hasil Analisis Linear Berganda

1. Uji pengaruh Parsial (Uji-t)

Menurut (Mardiatmoko, 2020) untuk uji-t ini digunakan untuk mengetahui apakah suatu model regresi untuk variabel independen berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel independen dengan kriteria kepurusan bila signifikasi > 0.05 , maka variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen,dan jika signifikasi $<$ dari 0.05, maka variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Untuk hasil uji pengaruh parsial atau uji t dengan jumlah responden sebanyak 100 orang, yang memiliki derajat kebebasan 97 maka t tabel yang didapat adalah 1.66071 dan standar signifikasi

sebesar 0.050, melalui hasil uji SPSS versi 25 dapat dilihat hasil uji pada tabel di bawah ini :

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.894	1.591		1.190	.237
	Lokasi	.130	.067	.220	1.936	.056
	Varian Produk	.468	.108	.491	4.312	.000

Gambar 1. 4 Hasil Uji-t

Dapat dilihat pada tabel diatas menyatakan bahwa ke thitung pada hasil analisi uji t pada variabel tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli karena thitung 1.936 > dari ttabel 1.66071 dan nilai signifikan yang dihasilkan 0.056 > 0.050, maka H1 ditolak. Untuk hasil analisi uji t pada variabel Varian Produk bernilai positif, dengan thitung 4.312 > 1.66071 ttabel dan nilai signifikan yang dihasilkan 0.000 < 0.050 maka H2 diterima. Maka bermakna variabel lokasi (X1) tidak berpengaruh terhadap Minat beli konsumen (Y),serta variabel Varian produk (X2) berpengaruh terhadap Minat beli konsumen (Y).

2. Uji Pengaruh Serempak (Uji F)

Menurut (Mardiatmoko, 2020) untuk uji F ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen, adapun kriteria pengambilan keputusan yaitu jika, signifikansi > 0.05, maka variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen,dan jika signifikansi < dari 0.05, maka variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Untuk hasil pengaruh serempak (Uji F) dengan jumlah responden 100 orang,yang memiliki derajat kebebasan pertama 2 dan kebebasan kedua 98 dan probabilitas sebesar 10% maka F tabel yang di dapat melalui SPSS ver. 25 dapat dilihat pada tabel berikut :

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	302.643	2	151.321	40.026	.000 ^b
	Residual	366.717	97	3.781		
	Total	669.360	99			

Gambar 1. 5 hasil Uji F

Dapat dilihat pada tabel diatas bahwa fhitung lebih besar daripada ftabel dan nilai signifikan lebih besar daripada standar signifikan ini menandakan bahwa Uji F bernilai positif dan pada hasil penelitian ini menyatakan bahwa Lokasi (X1) dan Varian Produk (X2) bersama-sama memiliki pengaruh positif terhadap Minat Beli Konsumen (Y).

3. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji Determinasi (R²) pada dasarnya mengukur seberapa jauh model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi terletak antara nol dan satu(Latief et al., 2019). Adapun uji determinasi pada penelitian ini menggunakan SPSS ver. 25. Untuk hasil R² dapat dilihat hasil uji pada tabel di bawah ini :

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.894	1.591		1.190	.237
	Lokasi	.130	.067	.220	1.936	.056

Gambar 1. 6 Hasil Uji (R²)

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan regresi linear berganda, didapati bahwa nilai koefisien determinasi atau R Square adalah 0. 452. Artinya, variabel Lokasi (X1) dan Varian produk (X2) secara bersama-sama memberikan pengaruh terhadap Minat beli konsumen (Y) sebesar 45.2%. sedangkan untuk 54.8% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

HASIL

1. Pengaruh Lokasi terhadap Minat beli konsumen.

Hasil uji t pada analisis regresi linear berganda membuktikan bahwa tata letak lokasi tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat beli para konsumen di Sun Bread Sagulung.

Hal ini dapat dilihat dengan hasil nilai signifikan pada uji t sebesar 0.056 > 0.050 dan nilai thitung 1,936 > 1,66071. Hasil pernyataan tersebut membuktikan bahwa konsumen tidak secara signifikan melibatkan letak lokasi agar terciptanya minat beli dari konsumen. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Cynthia et al., 2022) dalam penelitiannya yang berjudul pengaruh Lokasi dan

Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di BUMDes Amana Mart Pondokrejo yang berisi bahwa hasil uji t pada variabel Lokasi juga tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y yang berarti hasil uji H1 ditolak. Hasil pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa pada penelitian kali ini, lokasi tidak memberikan pengaruh yang signifikan baik itu di Sun Bread Sagulung maupun pada penelitian terdahulu yang peneliti kutip pada kalimat di atas. Tetapi tidak menutup kemungkinan pada penelitian lain lokasi dapat memberi pengaruh yang signifikan.

2. Pengaruh Varian Produk terhadap Minat beli Konsumen.

Hasil uji t pada analisis linear berganda membuktikan bahwa Varian produk memberikan pengaruh positif terhadap minat beli konsumen di Sun bread Sagulung. Dapat dilihat bahwa hasil uji t dengan nilai signifikan $0,000 < 0.050$ dan thitung $4.321 > 1.66071$ ttabel. Hasil penelitian ini didukung dari penelitian sebelumnya oleh (Imanulah et al., 2022) dengan judul penelitian Pengaruh Citra Toko, Varian Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Restoran Pancious Soma Palembang yang menyatakan bahwa hasil uji pada variabel varian produk memberikan pengaruh positif terhadap variabel Y. Hasil pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa varian produk merupakan hal yang bisa membuat timbulnya rasa minat beli dari para konsumen. Semakin banyaknya varian produk yang ditawarkan, semakin menariknya penampilan produk yang ditawarkan dan harga yang diberikan sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan maka, makin timbul lah minat beli dari konsumen.

3. Pengaruh Lokasi dan Varian Produk terhadap Minat beli Konsumen.

Hasil uji F pada analisis linear berganda membuktikan bahwa Lokasi dan Varian produk memberikan pengaruh positif terhadap minat beli konsumen di *Sun Bread* Sagulung. Dapat dilihat bahwa hasil uji F dengan nilai signifikan $0.000 < 0.10$ dan ftabel $40.026 > 2.36$. hasil pernyataan tersebut dapat dilihat bahwa lokasi dan varian

produk bersama-sama dapat membuat timbulnya rasa minat beli dari para konsumen. Hasil uji koefisien determinasi juga menunjukkan bahwa lokasi dan varian produk memberikan pengaruh sebesar 45.2%, hal ini membuktikan bahwa konsumen juga melibatkan lokasi dan varian produk untuk menimbulkan minat beli pada diri konsumen. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian sebelumnya oleh (Imanulah et al., 2022) dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Citra Toko, Varian Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Restoran Pancious Soma Palembang yang menyatakan bahwa variabel Lokasi dan Varian Produk bersama-sama memberikan pengaruh positif atau terhadap variabel Y. Hasil pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa lokasi dan varian produk bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen. Semakin mendukungnya suatu lokasi dan semakin banyaknya varian produk yang ditawarkan, maka itu juga dapat menarik minat beli konsumen yang datang dan berbelanja ditempat tersebut.

KESIMPULAN

Berdasarkan penjelasan pada bab-bab sebelumnya, penulis dapat menarik kesimpulan berikut sebagai pencapaian penulisan proyek akhir ini.

1. Lokasi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen pada Sun Bread Sagulung. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil nilai signifikasi pada uji t sebesar $0.056 > 0.050$ dan nilai t hitung $1.936 > 1.66071$. Artinya lokasi yang dianggap strategis oleh pihak Sun Bread Sagulung rupanya tidak dapat meningkatkan minat beli konsumen secara signifikan.
2. Varian produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada Sun Bread Sagulung. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil nilai signifikasi pada uji t sebesar $0.000 < 0.050$ dan nilai t hitung $4.321 > 1.66071$.

Artinya varian produk di Sun Bread Sagulung mampu meningkatkan minat beli konsumen.

3. Lokasi dan varian produk bersama – sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen pada Sun Bread Sagulung. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil nilai signifikansi pada uji F sebesar $0.000 < 0.10$ dan nilai F hitung $40.026 > 2.36$. Artinya lokasi dan varian produk di Sun Bread Sagulung mampu meningkatkan minat beli konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- BP Batam. (2022). *Batam: Kota Industri dan Perkembangannya di Masa Mendatang*. BP Batam. <https://bpbatam.go.id/batam-kota-industri/>
- Cynthia, D., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(1), 104–112. <https://doi.org/10.37606/publik.v9i1.256>
- Daniar Pramita, R. W., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif. In *Widya Gama Press*. Dari asal katanya metode berarti “jalan” atau “cara”. Metode penelitian berarti cara mengumpulkan data dan analisis. Dari analisis data tersebut kemudian peneliti akan mendapatkan hasil apakah berupa penegasan atas teori yang pernah ada (confirmation) atau
- Firmansyah, M., Masrun, M., & Yudha S, I. D. K. (2021). Esensi Perbedaan Metode Kualitatif Dan Kuantitatif. *Elastisitas - Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 3(2), 156–159. <https://doi.org/10.29303/e-jep.v3i2.46>
- Imanulah, R., Andriyani, I., & Melvani, F. N. (2022). Pengaruh Citra Toko, Varian produk, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Restoran Pancious SOMA Palembang. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1), 285–295. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i1.1743>
- Janna, N. M., & Herianto. (2021). Artikel Statistik yang Benar. *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, 18210047, 1–12.
- Latief, A., Nurlina, N., Medagri, E., & Suharyanto, A. (2019). Pengaruh Manajemen Pengetahuan, Keterampilan dan Sikap terhadap Kinerja Karyawan. *Jupiis: Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial*, 11(2), 173. <https://doi.org/10.24114/jupiis.v11i2.12608>
- Mardiatmoko, G.-. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp3> 333-342
- Maulana, F., Reza Pratama, R., Trihatmojo, A., & Paramadina, U. (2021). Pengaruh Penggunaan Fitur Instagram Stories Terhadap Kepuasan Mendapatkan Informasi Pada Fans Sepakbola Liverpool (Big Reds) Jakarta. *Jurnal Komunikasi*, 12(1), 57–66. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom/index57>
- Nasution, S. N., & Pasaribu, S. E. (2020). Pengaruh Pengawasan, Motivasi dan Disiplin Terhadap Kinerja Guru pada Yayasan Pendidikan Islam Terpadu Kuntum Bumi Rantauprapat Sutan Napsan Nasution Sjahril Effendy Pasaribu. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(1), 75–91.

