

PAPER NAME

tugas akhir rut.docx

WORD COUNT

11140 Words

CHARACTER COUNT

67994 Characters

PAGE COUNT

62 Pages

FILE SIZE

569.1KB

SUBMISSION DATE

Jan 22, 2024 9:37 AM GMT+7

REPORT DATE

Jan 22, 2024 9:39 AM GMT+7**● 39% Overall Similarity**

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 33% Internet database
- 19% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 33% Submitted Works database

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Masyarakat Indonesia kini cenderung memprioritaskan kebutuhan pangannya dengan mengonsumsi makanan yang dibeli dari restoran, gudang, dan tempat lainnya. Memang budayanya terkesan malas memasak di rumah dan cita rasa restoran memiliki image yang lebih baik dibandingkan masakan rumahan. Berangkat dari kenyataan di atas, banyak perusahaan yang ingin membuka usaha makanan dan minuman untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Selain nilai investasi yang cenderung rendah, potensi pasar juga penting.

Kedai kopi dan restoran cepat saji kini menjadi tren gaya hidup orang dewasa. Kedai kopi dan restoran cepat saji dianggap sebagai tempat makan yang memberikan suasana santai yang diperlukan. Kedai kopi bisa menjadi tempat bersantai bersama teman, keluarga, bersosialisasi dengan rekan bisnis, dan ada juga orang yang datang untuk menikmati suasana menyendiri. Oleh karena itu, makan di kafe dan restoran cepat saji sudah menjadi kebiasaan atau trend hidup orang dewasa saat ini.

Restoran diidentifikasi sebagai bidang usaha baru yang menjadikan industri makanan dan minuman di Indonesia termasuk yang terus mengalami pertumbuhan signifikan setiap tahunnya.

Nevis (2022) di situs nyamenyatakan bahwa “perusahaan jasa makanan dan minuman adalah suatu kesatuan terpadu yang terlibat dalam produksi seluruh aspek proses makanan dan minuman, bagaimana cara pengemasannya, bagaimana produk jadinya atau bagaimana cara pembuatannya”. bahan mentah dikirim dan cara penyajiannya hingga sampai ke pelanggan.

Klasifikasi perusahaan jasa makanan menjadikan makanan dan minuman sebagai kegiatan usaha utamanya. Kategori di antara lain restoran, kafetaria, kedai kopi, pub, makanan cepat saji, pub dan bar, toko makanan, jasa makanan, bar dan lain-lain.

Tata letak restoran dan model restoran juga banyak ragamnya dari restoran keluarga dengan harga yang menengah hingga restoran yang mewah kelas atas. ⁶² Restoran adalah suatu tempat ataupun bangunan yang di kelola secara komersial, yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada tamu, baik berupa pelayanan makanan ataupun minuman (Marsum (2005).

⁴⁶ Menurut Swastha (2007) Keputusan Pembelian adalah sebuah cara penyelesaian perkara dalam aktivitas manusia dalam membeli suatu barang atau jasa pada memenuhi hasrat dan kebutuhannya yang terdiri berdasarkan sosialisasi kebutuhan dan hasrat, pencarian informasi, penilaian terhadap cara lain pembelian, keputusan pembelian dan tingkah laris selesainya pembelian.

Para konsumen biasanya akan mempertimbangkan bagaimana kualitas restoran tersebut sebelum mereka berkunjung kesana, mulai dari bagaimana kondisi restoran tersebut, apakah tempat tersebut sangat cocok untuk di datangi untuk bersantai ataupun untuk melakukan beragam aktivitas yang akan lakukan, bagaimana dengan harga produknya, apakah harga tersebut cocok dan pantas dengan bahan bahan makanan yang dijual disana. Dari beragam pertanyaan tadi dapat membuat konsumen atau membantu konsumen apakah mereka akan datang ke restoran atau tidak.

Tempat atau lokasi dapat menjadi faktor konsumen datang ke tempat tersebut, jauh atau dekatnya tempat tersebut, apakah dapat dijangkau dengan mudah atau sulit.

Three Folks Ice Cream and Coffee adalah sebuah restoran yang didirikan pada bulan Februari 2017 di Jakarta Barat. Lambang Thee Folks ini bersimbol Gurita atau Octopus sebagai personifikasi dari restoran ini. Pada tahun 2022 Three Folks membuka cabang nya di Batam yang berlokasi di Taman Baloi di Ruko Orchid Park, jika dilihat dari tempat berdirinya restoran ini bisa di katakan cukup strategis tetapi hal itu tidak dapat di identifikasikan sebagai indikator apakah akan banyak orang yang akan datang ke tempat tersebut. restoran ini terletak di pinggir jalan besar dimana banyak orang dengan gampang akan menemukannya. Biasanya tempat ini ramai di saat siang hari saat waktu istirahat dan sore hari disaat pekerja pulang kerja untuk menikmati makanan minuman ataupun es krim yang di tampilkan di display. Penataan kursi ataupun meja dan ordimen lain dari restoran ini sangat rapi dan

terlihat nyaman hingga tak jarang orang menyempatkan diri untuk melakukan aktivitas seperti work from home, meeting bersama ataupun mengerjakan hal hal lain nya disini apalagi di restoran ini disediakan fasilitas seperti ac dan WiFi yang membuat orang makin nyaman dan betah untuk berlama lama disana.

Visi dari restoran ThreeFolks ini adalah “Menginsirasi semua orang melalui kopi dan es krim” . Restoran ini didirikan oleh 3 orang yang memiliki passion di bidangnya masing-masing dan bertujuan untuk menginspirasi banyak orang melalui kopi dan es krim, mereka juga berkomitmen untuk selalu berinovasi dengan ide ide yang kreatif yang berfokus kepada kemudahan untuk dinikmati dan membangun sebuah lingkungan yang menyenangkan. Dengan selalu berusaha mencoba berbagai inovasi agar mencapai kesuksesan dan Three Folks ini memiliki misi agar menjadi *brand* kopi yang dapat memotivasi orang orang melalui kopi dan es krim nya agar bisa melakukan hal hal yang terbaik yang dapat dilakukan dalam hidupnya, agar bisa memotivasi semua orang agar dapat semangat dalam mewujudkan mimpi dan impian mereka. Agar setiap orang yang menikmati produk mereka dapat memiliki semangat dan bisa memancarkan hal hal positif yang berepengaruh kepada diri mereka ataupun orang orang yang ada di sekitarnya. Harga harga yang ditampilkan pada Three Folks Ice Cream and Coffee ini pada umumnya mengikuti harga yang ada di pusat nya.

Dalam hal ini peneliti menemukan beberapa permasalahan setelah dilakukannya observasi. Banyaknya orang yang tidak menyadari bahwa tempat tersebut ada.

Walaupun sudah memasang tiang logo di pinggir jalan tampaknya hal tersebut tidak cukup untuk menarik banyak konsumen untuk datang kesana, dan juga para konsumen yang datang adalah orang orang yang sudah sering kesana dan orang orang yang mungkin telah mengenal staff disana ataupun orang yang tak sengaja mengetahui tempat tersebut. dari hal ini dapat dilihat walaupun lokasi bangunan nya terletak di pinggir jalan tidak dapat memastikan tempat tersebut akan ramai atau tidaknya. Selain itu hal hal yang dapat mempengaruhi peningkatan dari konsumen adalah Penyajian daging makanan tersebut apakah makanan yang disajikan terlihat menarik dan cukup

enak untuk dimakan, dan untuk meningkatkan kedatangan pengunjung melalui makanan yang ditawarkan maka tempat ini menggunakan bahan-bahan yang sangat baik yang telah didapatkan melalui vendor yang telah dipilih secara baik agar bahan makanan yang dikirimkan masih bagus dan fresh dan dengan bahan makanan yang fresh ini makanan yang dimasak pun akan memiliki rasa yang lebih enak di lidah konsumen dan layak untuk mendapatkan label dengan harga yang sesuai.

Dan pada saat peneliti meneliti bagaimana dengan penjualan online dari cafe ini ternyata cukup banyak juga komplain dari konsumen diantaranya adalah ada kondisi yang tinggal, makanan yang diantar terlihat berantakan saat sampai kepada konsumen ataupun, gaya atau tampilan makanan yang di menu online tidak persisi sama seperti yang datang kepada konsumen saat itu, hal ini juga sangat bisa mempengaruhi peningkatan pengunjung terhadap cafe tersebut karena sudah mematahkan ekspektasi tentang bagaimana keadaan cafe tersebut.

Melalui data yang diberikan owner Three Folks Ice Cream & Coffee Batam, berikut omset penjualan selama 6 bulan terakhir :

Bulan/Tahun	Omset
Juni 2023	Rp. 164.018.00
Juli 2023	Rp. 204.779.000
Agustus 2023	Rp. 190.645.000
September 2023	Rp. 158.673.000
Oktober 2023	Rp. 142.676.000
November 2023	Rp. 136.201.000

Sumber: Owner Three Folks Ice Cream dan Coffee Batam

²⁷ Omset atau volume penjualan merupakan masalah penjualan bersih yang terlihat dari laporan rugi-laba perusahaan, dimana manajer atau bagian pemasaran perlu mengadakan analisis volume penjualan secara total, dan juga volume itu sendiri. Berikut adalah tabel jumlah pengunjung yang datang dalam beberapa bulan terakhir:

Bulan	Jumlah Pengunjung
Juni	1.000
Juli	1.100
Aguustus	1.120
September	1.200
Jumlah	4.400

Sumber : Owner Three Folks Ice Cream & Coffee Batam

Berdasarkan dari tabel diatas dapat disimpulkan terjadi penurunan yang signifikan dari bulan ke bulan.

Dari kesimpulan diatas semua faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembeli seperti Varian menu, harga menu dan kualitas produk menu belum tentu dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya secara optimal, sehingga perlu adanya evaluasi kembali beserta seberapa besar pengaruhnya terhadap keputusan pembeli.

Berikut adalah makanan yang menjadi pilihan makanan yang paling sering di pesan oleh costumer ataupun pelanggan yang datang ke Three Folks Ice Cream & Coffee yaitu varian ramen dan pasta.



Gambar 1. 1 Menu paling laris

Sumber : Data dioalah peneliti 2023

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Pengaruh Lokasi,

Harga, dan Kualitas Makanan dan Minuman Terhadap Peningkatan Konsumen Di Three Folks Ice Cream & Coffee Batam “

93 1.2 Ruang Lingkup

Agar penelitian ini terarah dan tidak membahas masalah ini terlalu luas maka peneliti membuat batasan masalah atau ruang lingkup. hal ini perlu dibuat agar batasan masalah menjadi jelas dan tidak menyimpang kemana mana

Ruang lingkup dari objek penelitian ini mencakup tiga hal yang didapat dari permasalahan yang di temukan oleh peneliti yaitu lokasi, harga, dan kualitas makanan dan minuman. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Data yang yang dipakai dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh langsung dan dikumpulkan oleh peneliti dari sumber data yang di dapatkan.

Dan obyek dari penelitian ini yakni didapatkan peneliti dari admin cafe, staff yang berada disana dan juga manager yang ada disana.

105 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan judul dari penelitian ini maka berikut rumusan masalah yang akan digunakan dalam penelitian ini

112 1.3.1 Seberapa besar pengaruh lokasi terhadap peningkatan konsumen di Three Folks Ice Cream and Coffee Batam?

112 1.3.2 Seberapa besar pengaruh harga terhadap peningkatan konsumen di Three Folks Ice Cream and Coffee Batam?

159 1.3.3 Seberapa besar pengaruh kualitas makanan dan minuman terhadap peningkatan konsumen di Three Folks Ice Cream and Coffee Batam?

1.3.4 Seberapa besar lokasi, harga, kualitas makanan dan minuman berpengaruh peningkatan konsumen terhadap lokasi, harga, dan kualitas makanan di Three Folks Ice Cream Coffee Batam ?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari dilakukan nya penelitian ini di Three Folks Ice Cream and Coffee Batam adalah sebagai berikut :

- 1.4.1 Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh lokasi terhadap peningkatan konsumen terhadap Three Folks Ice Cream Batam.
- 1.4.2 Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga terhadap peningkatan konsumen terhadap Three Folks Ice Cream and Coffee Batam
- 1.4.3 Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas makanan dan minuman terhadap peningkatan konsumen Three Folks Ice Cream and Coffee Batam
- 1.4.4 Untuk mengetahui seberapa besar lokasi, harga, kualitas makanan dan minuman berpengaruh peningkatan konsumen terhadap lokasi, harga, dan kualitas makanan dan minuman di Three Folks Cofee & Ice Cream Batam

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan dari penelitian ini peneliti berharap mendapat beberapa manfaat dari adanya penelitian ini. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1.5.1 Manfaat Bagi Penulis

1. Agar bisa belajar dan memiliki kemampuan untuk memecahkan masalah melalui metode penelitian.
2. Agar mengetahui hal hal apa saja yang dapat mempengaruhi kunjungan konsumen.
3. Mengetahui penting nya faktor lokasi, harga, dan kualitas makanan dan minuman di suatu cafe.
4. Menambah ilmu pengetahuan bagi pembaca, serta dapat berguna sebagai sumbangan pemikiran bagi masyarakat luas. Peneliti juga berharap agar penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi peneliti selanjutnya.

1.5.2 Manfaat Bagi Institusi

1. Sebagai referensi dalam pengembangan informasi penelitian untuk menambah pengetahuan.
2. Dapat menjadi referensi variabel dalam penelitian selanjutnya

1.5.3 Manfaat Bagi Tempat Penelitian

Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan ide bagi Three Folks Ice Cream & Coffee dalam meningkatkan variasi dan kualitas hidangan di Three Folks Ice Cream & Coffee serta menjadi sumber informasi bagi Three Folks untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen.

1.6 Definisi Istilah

Definisi istilah-istilah tersebut digunakan untuk menyamakan kemungkinan terjadinya perubahan penelitian antara peneliti dengan pihak yang membaca penelitian tersebut. Untuk menghindari kesalahpahaman, definisi istilah-istilah tersebut disusun menjadi sebuah kajian. Berikut ini penjelasan mengenai pengertian variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini:

1.6.1 Analisis

Analisis merupakan suatu tindakan yang melihat atau mendalami suatu peristiwa dengan memanfaatkan informasi untuk menyelidiki keadaan sebenarnya. Pemeriksaan sering kali dilakukan sebagai bagian penyelidikan atau penyiapan informasi. Dipercaya bahwa hasil penyelidikan dapat membantu meningkatkan pemahaman dan mendorong pengambilan keputusan.

Analisis menurut Komaruddin dapat berupa gerakan berpikir yang bertujuan untuk memisahkan keseluruhan menjadi bagian-bagian kecil untuk mengenali tanda-tanda bagian-bagian tersebut, hubungan setiap bagian, karya setiap bagian dalam kekompakan yang terbaik..(Putra, 2020)

1.6.2 Lokasi

Menurut Kotler & Armstrong (2014), area adalah tempat terjadinya pergerakan perdagangan dilakukan, khususnya kegiatan perusahaan yang berbeda untuk membentuk barang dibuat atau dijual dengan harga terjangkau dan dapat diakses oleh target iklan. Meskipun Menurut Tengku (2020) penempatan atau lokasi mungkin menjadi bagian yang sangat penting kritis.

Lokasi adalah letak ¹²⁹ suatu tempat, benda, peristiwa atau fenomena di permukaan bumi. Lokasi yang strategis adalah tempat dimana konsumen dapat dengan mudah mengakses dan mengambil keputusan pembelian terhadap suatu produk. Memilih lokasi adalah salah satu tugas pertama dalam proses bisnis. Lokasi merupakan tempat berlangsungnya kegiatan operasional suatu perusahaan. ³² Lokasi mempunyai fungsi strategis karena dapat mencapai tujuan perusahaan dan melalui ³⁹ lokasi yang strategis akan memaksimalkan keuntungan. ¹⁴⁶ Lokasi yang strategis adalah tempat yang mudah ⁸⁵ dijangkau konsumen dan konsumen mengambil keputusan pembelian terhadap suatu produk. Lokasi yang strategis merupakan faktor yang sangat penting, dengan lokasi yang strategis maka perusahaan akan mengalami perkembangan karena mudah untuk di akses dan lokasi sangat sesuai dengan jenis usaha yang akan didirikan. (Hidayat, 2020)

1.6.3 Harga

Menurut (Kotler & Armstrong, 2019:63) bahwa Ditafsirkan oleh Sway Sabran, biaya ¹³⁰ adalah “jumlah uang tunai harus dibayar oleh klien untuk mendapatkan produk”. Biasanya dilakukan untuk mengubah harga sesuai keadaan kompetisi yang ada dan membawa item tersebut ke jalurnya dengan pengakuan pembeli. ⁴¹ Harga adalah nilai moneter yang ditentukan oleh suatu bisnis sebagai imbalan atas barang atau jasa yang dipertukarkan dan sesuatu yang lain yang disediakan oleh bisnis tersebut untuk memuaskan keinginan pelanggan. Dalam dunia restoran, harga tersebut dapat diartikan sebagai ⁵⁸ biaya produksi yang dikeluarkan untuk mengolah suatu bahan makanan. Dalam masakan matang yang

disajikan, tidak termasuk biaya produksi lainnya seperti biaya tenaga kerja, biaya listrik, biaya sewa, dan lain-lain.

1.6.4 Kualitas Makanan dan Minuman

Menurut Hidayat dkk. (2020), kualitas makanan berkorelasi positif dengan kepuasan¹⁴⁰ dan loyalitas pelanggan serta mempunyai pengaruh signifikan terhadap seluruh aspek kualitas layanan.

¹²¹ Karakteristik kualitas makanan dan minuman yang dapat diterima konsumen, seperti pengukuran kualitas makanan dan minuman, memegang peranan penting dalam keputusan pembelian konsumen. Oleh karena itu terlihat jika kualitas pangan meningkat maka keputusan pembelian juga akan meningkat. Kualitas pangan merupakan hal yang sangat⁵⁰ penting yang harus diperhatikan oleh kafe dan restoran, karena makanan dan minuman merupakan produk utama yang mereka berikan kepada konsumen.

1.6.5 Peningkatan Konsumen

¹⁴⁸ Konsumen adalah orang yang membeli barang atau jasa untuk dirinya sendiri dan membelanjakannya. Dengan kata lain, konsumen merupakan pengguna akhir dari produk tersebut. Konsumen menentukan pilihan pembelian produk berdasarkan⁷⁶ kebutuhan, keinginan dan harapannya, sehingga hal ini dapat menimbulkan kepuasan atau ketidakpuasan terhadap produk suatu restoran dan dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti keluarga, harga, lokasi dan kualitas makanan dan minuman. (Usman Effendi et al., 2020)

2 BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Lokasi

2.1.1 Definisi Lokasi

Pengertian tempat⁹⁷ menurut Kotler dan Armstrong (2014:76), “tempat mencakup kegiatan usaha yang membuat produk tersedia kepada konsumen sasaran”, maksud dari pada kutipan di atas adalah lokasi¹⁶⁷ mencakup kegiatan perusahaan yang membawa produk ke konsumen sasaran.

Jadi kesimpulan yang dapat diambil dari pengertian ahli diatas dapat di definisikan bahwa lokasi adalah proses ataupun jalan yang dilalui oleh konsumen untuk dapat sampai ke tempat tujuan dengan berbagai perantara yang digunakan.(Hidayat, 2020)

2.1.2 Indikator Lokasi⁴⁵

Suwarman (2004) “Lokasi merupakan tempat usaha yang mempunyai pengaruh besar terhadap keinginan⁴⁵ konsumen untuk datang dan membeli. » Tjiptono (2002) menjelaskan bahwa dalam memilih lokasi⁴² perlu adanya pertimbangan yang matang antara lain kenyamanan (akses) atau kemudahan akses oleh angkutan umum, baik (visibilitas)), yaitu adanya lokasi yang terlihat jelas, lokasi berada di daerah lalu lintas atau lalu lintas tinggi , yang mungkin menawarkan peluang pembelian yang menarik, lingkungan sekitar di sekitar barang dan jasa pendukung disediakan jauh dari lokasi pesaing.⁴⁵ Pertimbangan kehati-hatian dalam menentukan lokasi di bawah Tjiptono (2002) antara lain:

- a) Kenyamanan (accessibility) atau kemudahan akses dengan angkutan umum.
- b) Jarak pandang yang baik berarti adanya lokasi yang terlihat jelas dari pinggir jalan.¹⁰⁷

- c) Tempat parkir yang luas dan aman
- d) Persaingan, khususnya lokasi pesaing. Misalnya, untuk menemukan sebuah kios, anda perlu menentukan apakah terdapat beberapa kios lain di jalan yang sama atau di area yang sama.

2.2 Harga

2.2.1 Definisi Harga

Harga adalah nilai uang yang ditentukan oleh suatu usaha sebagai imbalan atas pertukaran barang, jasa dan sesuatu yang lain yang disediakan oleh usaha tersebut untuk memuaskan keinginan pelanggan.¹ Pengertian harga menurut Swastha “Harga keduanya adalah jumlah (ditambah beberapa produk jika memungkinkan) dibutuhkan untuk memperoleh kombinasi produk dan jasa tertentu dari definisi terlihat bahwa harga yang harus dibayar pembeli sudah termasuk jasa yang diberikan oleh penjual bahkan penjual ingin memanfaatkannya harga.”

Menurut Kotler: “Harga adalah sejumlah uang yang diperdagangkan konsumen untuk memperoleh manfaat ketika memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Harga merupakan faktor utama penentu pilihan pembeli. (Paludi & Juwita, 2021)

Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, unsur lainnya menghasilkan biaya. Pada akhirnya, hal ini akan berdampak pada pemasaran produk dalam bisnis menjadi lambat atau berkurang. Sebaliknya jika harga yang diberikan perusahaan terlalu rendah maka akan berdampak pada rendahnya keuntungan dan konsumen akan menganggap barang yang berharga murah tersebut sudah tua dan kualitasnya buruk. Karena harga suatu barang dapat mencerminkan kualitasnya.

2.2.2 Indikator Harga

Menurut Kotler dan Armstrong, ada empat indikator yang menjadi ciri harga, empat indikator tersebut adalah sebagai berikut :

a) Harga yang terjangkau

harga terjangkau ini bukan berarti harga yang murah, jika harga murah itu biasanya dipakai untuk produk yang harganya sedang menurun dari harga awalnya dikarenakan sesuatu, dan harga terjangkau ini adalah harga murni yang sudah ditetapkan dengan sudah dipertimbangkan dengan berbagai strategi dengan memikirkan aspek dari semua orang apakah banyak orang yang dapat terjangkau harga yang telah ditetapkan.

b) Kualitas produk dan harga sesuai

Kualitas produk juga harus sesuai dengan apa yang dijual, karena sebelum membeli para konsumen akan menimbang-nimbang dan memeriksa apa saja bahan yang digunakan dalam barang atau produk yang mereka beli, apakah harga yang mereka keluarkan cocok dengan apa yang akan mereka dapatkan, jika menurut mereka itu tidak sesuai maka mereka pun memilih untuk tidak membeli barang tersebut.

c) Daya saing harga

Daya saing harga adalah kemampuan untuk memproduksi dan menjual barang dan jasa berkualitas tinggi dengan biaya lebih rendah dibandingkan pesaing lainnya.

2.3 Kualitas Makanan dan Minuman

2.3.1 Kualitas Makanan dan Minuman

Menurut Kotler dan Armstrong (2014), kualitas makanan dan minuman adalah kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsinya, termasuk daya tahan produk secara keseluruhan, keandalan, keakuratan, kemudahan penggunaan dan perbaikan, serta atribut produk lainnya..

Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah kafe yang menyediakan produk makanan dan minuman, sehingga konten yang akan diteliti adalah kualitas produk makanan dan minuman (food and beverage quality).

Kualitas makanan dan minuman adalah sesuatu yang dapat diterima konsumen, seperti ukuran, bentuk, warna, konsistensi, tekstur, dan rasa.

Menurut Walter (2010), kualitas makanan dan minuman merupakan hal yang sangat penting yang harus diperhatikan oleh kafe dan restoran, karena makanan dan minuman merupakan produk utama yang mereka berikan kepada konsumen. (Febriana, 2019)

2.3.2 Indikator Kualitas Makanan dan Minuman

Kualitas makanan dan minuman merupakan hal penting yang harus diperhatikan oleh restoran, dan restoran, karena makanan merupakan produk utama yang ditawarkan restoran kepada konsumennya.. Oleh karena itu, restoran harus menjaga ekspektasi konsumen mengenai kualitas produk yang ditawarkan restoran tersebut kepada konsumen (Walter et al, 2010; Jang dan Mankung, 2009) Lebih lanjut, kualitas makanan dan minuman mengacu pada karakteristik kualitatif pangan yang dapat diterima konsumen, seperti ukuran, bentuk, warna, konsistensi, tekstur, dan rasa (Andreas dan Stefanus, 2014: 644)(Amalia Yunia Rahmawati, 2020), Menurut Essinger dan Wylie 2003 mereka membagi produk khususnya kuliner atau makanan dan minuman ke dalam banyak kategori, yaitu:

a) Flavor

Kualitas rasa terjaga dengan baik sesuai dengan selera yang digunakan konsumen (Kevin Hariyanto 2014: 3) , (Dewi Purnamawati, 2017: 2022)

b) Ukuran Porsi

Dalam setiap porsi, telah ditentukan ukuran porsi standar yang disebut ukuran porsi standar.. Ukuran porsi standar diartikan sebagai jumlah hidangan yang perlu disajikan setiap kali hidangan tersebut dipesan (Kevin Hariyanto 2014: 3), (Dewi Purnamawati, 2017: 2022)

c) Hygiene atau Kebersihan

Kebersihan dalam pelayanan dan kualitas makanan selalu terjaga (Kevin Hariyanto 2014:3), (Dewi Purnamawati, 2017: 2022).

2.4 Peningkatan konsumen

2.4.1 Definisi Peningkatan Konsumen

Konsumen adalah seseorang yang menggunakan produk dan jasa yang tersedia di masyarakat untuk dirinya sendiri, keluarganya, orang lain, dan makhluk hidup lainnya, dan bukan untuk tujuan diperdagangkan. Jika tujuan pembelian suatu produk untuk dijual kembali disebut pengecer atau grosir. Kegiatan pelaku konsumen ini disebut dengan konsumsi. Kepentingan konsumen adalah memenuhi kebutuhannya dengan memperhitungkan keterjangkauan daya belinya.

Menurut Djasim Saladin (2003), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang ataupun kecewa seseorang melalui perbandingan kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. (Gramed, n.d.)

Dapat disimpulkan dari penjelasan diatas adalah peningkatan konsumen adalah suatu hal yang terjadi karena adanya sebab atas kebutuhan, kepentingan, ataupun kepuasan suatu konsumen terhadap barang atau produk yang mereka beli. (Syahriyah & Arifiansyah, 2022)

Konsumen tentunya juga berpengaruh untuk meningkatkan kunjungan konsumen melalui faktor faktor x yang sudah terpapar diatas sana, dari situ konsumen akan melakukan kegiatan berupa mendistribusikan tentang restoran yang mereka kunjungi, tanpa sadar mereka memberikan komentar tentang restoran tersebut maka orang orang yang mendengar tersebut pun akan menimbang lagi apakah tempat itu cukup menarik untuk dikunjungi atau tidak.

2.4.2 Strategi Peningkatan Konsumen

Peningkatan konsumen ini terjadi dari adanya faktor minat beli konsumen karena jika tidak ada minat beli dari si konsumen tersebut maka peningkatan konsumen tidak akan terjadi bahkan mustahil terjadi ,maka karena itu di perlukan adanya pemahaman atas minat beli konsumen.

Indikator minat beli mencakup ketertarikan sorang konsumen terhadap informasi tentang produk, mempertimbangkan pembelian, tertarik

mencoba, ingin mempelajari lebih lanjut tentang produk dan ingin memiliki produk (Saputra & Mahaputra, 2022).

(Susanto & Rahmi, 2013: 62) mengungkapkan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi preferensi pembelian konsumen terhadap suatu produk, yaitu:

a) Kualitas produk merupakan nilai dan manfaat yang diberikan suatu produk kepada konsumen pada saat mengonsumsi produk tersebut, sehingga menimbulkan kenyamanan, kepuasan dan rasa nikmat pada saat membeli produk tersebut

Menurut Schiffman & Kanuk (2008: 69-410), berbagai faktor mempengaruhi sikap dan perilaku konsumen, khususnya

b) Karakteristik kepribadian dan sifat individu

c) Persepsi konsumen, yaitu proses yang dilakukan untuk memilih, mengatur, dan menafsirkan boosts ke dalam gambar yang berarti dan masuk akal mengenai dunia. Persepsi mempunyai implikasi strategi bagi para distributor, karena para konsumen mengambil keputusan berdasarkan apa yang mereka rasakan, daripada atas dasar realitas yang obyektif.

2.5 Kajian Empiris

Untuk menunjang pembahasan permasalahan tersebut, peneliti mencoba menelusuri melalui banyak publikasi dan penelitian terdahulu yang masih relevan dengan permasalahan yang menjadi pokok penelitian sekarang.. Selain itu, dalam penelitian ilmiah terdapat syarat mutlak untuk tidak menjiplak atau menjiplak seluruh karya orang lain.. Oleh karena itu, sangat penting untuk mengikuti kode etik dalam penelitian ilmiah untuk menggali penelitian-penelitian sebelumnya yang relevan.. Tujuannya adalah untuk memvalidasi penelitian, posisi penelitian dan, sebagai pendukung teori, mengembangkan konsep untuk refleksi dalam penelitian.. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, peneliti menemukan beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini.. Meskipun terdapat pembahasan mengenai penelitian ini, namun penelitian ini masih sangat berbeda

dengan penelitian sebelumnya.. Penelitian sebelumnya berikut ini digunakan sebagai referensi, antara lain di bawah ini:

4 Table 2.1 Penelitian terdahulu

Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Fokus Penelitian
Syahriyah, AinunArifiansyah,Rully	72 Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Kopi Nako Depok	Hasil dari penelitian ini adalah dimana semua kualitas pelayanan, kualitas produk dan juga lokasi sangat berhubungan kuat satu sama lain dalam keputusan pembelian di kopi Nako Depok, Dengan aspek yang paling berpengaruh adalah lokasi yang mencakup aksesibilitas maupun jalur yang di lalui konsumen untuk datang ke Kopi Nako tersebut.	135 Fokus dari peneloitian ini adalah seberapa pentingnya lokasi terhadap Kopi Nako buktinya yaitu keputusan pembelian produk di tempat ini dipengaruhi besar oleh lokasi,dari sini kita bisa melihat betapa besarnya pengaruh dari lokasi terhadap suatu usaha.
86 Amarinda Napitasari, 2018	Analisis Minat Beli Konsumen Pada Restoran Bersertifikat Halal Mui Di Daerah Istimewa Yogyakarta Tahun 2018	Evaluasi produk akan menimbulkan munculnya niat intensi si konsumen untuk memiliki atau ingin membeli produk yang dilihat nya.	Menganalisis tingkat minat beli 124 konsumen dan menganalisis faktor faktor apa saja yang dapat menimbulkan minat beli konsumen terhadap suatu makanan di restoran Yogyakarta
89 Febriana, Dhea Elmiliyasi, 2019	Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Fried Chicken (Studi Kasus Di Rocket	Hasil dari penelitian ini menunjukkan harga sendiri merupakan suatu permainan dalam pemasaran, apabila harga yang ditetapkan oleh	13 Fokus penelitian ini adalah permasalahan penentuan harga yang pas untuk meyakinkan bahwa harga yang bagus akan

	Chicken Bandar Kota Kediri)	13 penjual terlalu tinggi maka harga tersebut tidak mampu terjangkau oleh konsumen atau customer. 13 Sebaliknya ketika harga yang ditetapkan oleh perusahaan tersebut terlalu rendah maka akan berdampak pada rendahnya tingkat profitabilitas serta konsumen menganggap barang yang ditawarkan dengan harga rendah tersebut merupakan barang lama atau barang yang kualitasnya buruk	mendapatkan kualitas yang bagus juga
Yuliana, Sinta Maskur, Ali 2023	55 Pengaruh Kualitas Produk , Persepsi Harga , Kualitas Layanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian (studi pada pelanggan Sinestesa Coffeeshop pati)	2 Hasil dari penelitian ini adalah kualitas produk dari cafe ini sangatlah berdampak positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan yang ada di sinestesa coffeeshop, dan dalam penelitian ini si penulis mendapatkan tantangan yaitu sangat susah mencari responden dikarenakan pada saat penelitian sedang dilakukan masih adanya terjadi wabah covid -19 147	109 Fokus dari penelitian ini adalah keputusan pembelian bagaimana efek dari persepsi harga,kualitas produk,layanan serta aspek lokasi, dan ternyata yang paling terpenting dalam sinestesa coffeshop ini adalah segi dari kualitas produk yang sudah cukup untuk meningkatkan keputusan pembelian. 160

74 Sumber : Data diolah (2023)

2.6 Kerangka Berpikir

Kerangka berfikir adalah suatu bentuk model ataupun struktur yang biasa digunakan untuk memaparkan ataupun menjelaskan semua variabel yang ada di penelitian yang menghasilkan suatu konsep yang saling terhubung satu sama lain dan dapat menciptakan alur penelitian.

Kerangka penelitian mengacu pada keseluruhan struktur, pendekatan, dan landasan teori yang memandu suatu penelitian.. Teknik ini merupakan cara sistematis dalam mengatur dan mengkonsep proses penelitian, termasuk pertanyaan penelitian, metode pengumpulan data, teknik analisis, dan interpretasi hasil.

Dasar pemikirannya akan memberikan pedoman dan prinsip yang digunakan peneliti untuk memandu pekerjaan mereka dan memastikan bahwa penelitian dilakukan dengan hati-hati, validitas, dan dapat dipercaya.. Selain itu, kerangka kerja ini juga membantu menetapkan landasan teoretis dan konseptual penelitian serta menyediakan kerangka kerja untuk menafsirkan hasil.

Berikut pengertian kerangka berfikir menurut para ahli:

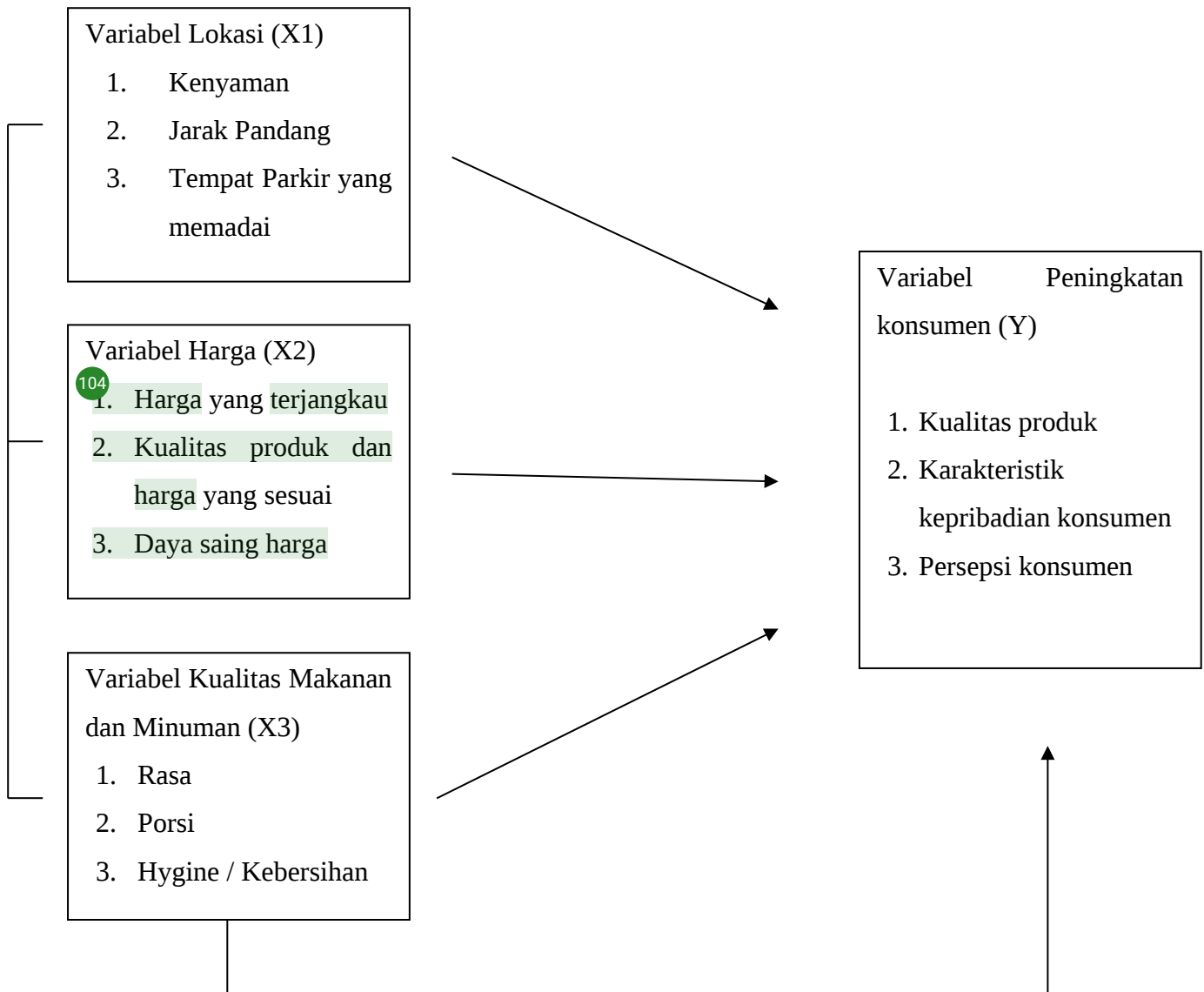
Menurut Sugiyono (2019), kerangka pemikiran merupakan alur berpikir atau alur penelitian yang dijadikan pola atau landasan berpikir peneliti dalam mengadakan penelitian terhadap objek yang dtuju. Jadi kerangka berpikir merupakan alur yang dijadikan pola berpikir peneliti dalam mengadakan penelitian terhadap suatu objek yang dapt menyelesaikan arah rumusan masalah dan tujuan penelitian.

Menurut Sapto Haryoko, Kerangka Pemikiran merupakan penelitian yang memiliki gambaran dua variabel atau lebih yang dibuat oleh peneliti sehingga kerangka pemikiran ini berisi tentang daftar – daftar variabel yang menjadi topik unsur – unsur yang ada di dalam penelitian yang berhubungan dengan kegiatan penelitian selanjutnya yang akan mencapai penulisan nantinya.

Menurut Husaini Usman dan Purnomo Setiady (2008:34), kerangka berpikir adalah penjelasan sementara terhadap gejala yang menjadi obyek permasalahan kita.

Menurut Widayat dan Amirullah dalam Masyuri dan M. Zainudin (2008:113), kerangka berpikir atau disebut juga kerangka konseptual merupakan

model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka berpikir juga menjelaskan sementara terhadap gejala yang menjadi masalah atau objek penelitian.



80 Sumber : Data diolah (2023)

2.7 Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban atau hasil sementara dari rumusan masalah yang diajukan. Berikut adalah hipotesis dari penelitian ini :

Keterangan :

- H₁ : Lokasi (X₁), Harga(X₂), Kualitas Makanan dan Minuman (X₃) berpengaruh terhadap peningkatan konsumen (Y) di Three Folks Ice Cream dan Coffee Batam.
- H₀ : Lokasi (X₁), Harga(X₂), Kualitas Makanan dan Minuman (X₃) tidak berpengaruh terhadap peningkatan konsumen (Y) di Three Folks Ice Cream dan Coffee Batam.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan pengukuran, perhitungan, rumus dan kepastian data numerik dalam perencanaan, proses, membangun hipotesis, teknik, analisis data dan menarik kesimpulan (Musianto, 2002). Menurut (Moh Kasiram, 2009), penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data angka sebagai alat menganalisis data. Dapat disimpulkan penelitian kuantitatif merupakan pendekatan penelitian yang menggunakan data-data berupa angka dan ilmu pasti untuk menjawab hipotesis penelitian. (Oktafiani Siska Puspita, 2019)

Karakteristik penelitian kuantitatif dipengaruhi oleh konsep positivistik yang dapat diukur dan diuji secara empirik. Pendekatan kuantitatif juga memiliki karakteristik berupa angka-angka, disajikan dalam bentuk tabel atau grafik, menggunakan hipotesis, dan instrumen penelitian dapat diuji secara statistik. Secara lebih spesifik, karakteristik pendekatan penelitian kuantitatif diungkapkan oleh beberapa peneliti terdahulu. Menurut (Ardianto, 2011), penelitian kuantitatif memiliki karakteristik berupa ilmu-ilmu keras, ringkas dan sempit, reduksionistik, penalaran logis dan deduktif, hubungan sebab akibat, menguji teori, kontrol atas variabel, instrumen.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan sampel adalah sebagian dari populasi itu (Sugiyono, 2014). Setiap penelitian selalu diawali dengan pertanyaan mengenai satuan (Suriani et al., 2023)

10 beberapa kelompok individual atau objek tertentu. Salah satu tujuan penelitian adalah menjelaskan sifat populasi. Secara bahasa populasi diartikan sebagai sejumlah orang atau hewan yang tinggal di suatu tempat. Populasi dalam penelitian ini merupakan konsumen Three Folks Ice Cream and Coffee Batam yang melakukan pembelian pada bulan Juni-November tahun 2023. Populasi dalam penelitian berjumlah 5.320 Konsumen.

3.2.2 Sampel

38 Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel yaitu sejumlah individu yang dipilih dari populasi dan merupakan bagian yang mewakili keseluruhan anggota populasi. Sampel yang baik memiliki sifat representatif terhadap populasi.

161 Dalam penelitian ini penulis menggunakan nonrandom sampling atau nonprobability sampling. Menurut Sugiyono (2018:136) Non probability sampling merupakan teknik pengambilan sampel dengan tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama kepada setiap anggota populasi saat akan dipilih sebagai sampel. (Suriani et al., 2023).

47 Dan metode yang digunakan adalah convenience sampling. Convenience sampling adalah metode yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu mengambil responden sebagai sampel berdasarkan waktu dan tempat yang ditemui peneliti serta masuk kriteria sampel (Sugiyono, 2017). Dan kriteria yang sudah ditentukan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

- 75 1. Rentan usia : 17 – 50 tahun
2. Jenis kelamin : laki-laki dan perempuan

19 Dan rumus yang digunakan adalah rumus slovin, rumus slovin digunakan untuk menentukan ukuran sampel penelitian dengan tingkat signifikansi yang bisa dipilih,

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

apakah akan menggunakan 0,05 (5%) atau 0,01 (1%)”, berikut adalah bentuk dari rumus slovin

$$n = \frac{5.320}{1 + 5.320 (0,1)^2} \longrightarrow n = \frac{5.320}{54,02} \longrightarrow n = 98,15$$

19 Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = batas kesalahan maksimal yang ditolerir dalam sampel alias tingkat signifikansi adalah 0,01 (1%)

3.3 Operasional Variabel

33 3.3.1 Operasional Variabel penelitian

Menurut Sugiyono (2018:60) variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdapat 2 jenis yaitu :

24 1. Variabel Bebas (Independent Variable)

Variable bebas (X) variable ini sering disebut sebagai variable stimulus, predictor, antecedent. Dalam bahasa Indonesia sering disebut variable bebas. Variable bebas adalah variable yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variable dependen (terikat) (Sugiyono, 2018 :61).

Dalam penelitian ini terdapat 3 variabel bebas yaitu Lokasi (X1), Harga (X2), dan Kualitas Makanan dan Minuman (X3).

2. Variabel terikat (Dependent Variable)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikatnya adalah peningkatan konsumen (Y).

3.3.2 Skala Pengukuran Variabel

Menurut Sugiyono (2019) skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Dalam penelitian ini pengukuran variabelnya menggunakan skala likert.

Menurut Sugiyono (2019) skala likert yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Untuk setiap pilihan jawaban diberi skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung pernyataan (positif) atau tidak mendukung (negatif).

table 3.1 skala likert

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (S)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.3.3 Jenis Data Penelitian

Sumber data dibedakan menjadi dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti (dari orang pertama), sedangkan data sekunder merupakan data yang diperoleh peneliti dari sumber yang ada.

1. Data Primer

Menurut Husein Umar (2013:42), data primer adalah sebagai berikut: “Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber pertama, yaitu dari individu atau dari individu, seperti hasil wawancara atau Hasil pengisian kuesioner biasanya dilakukan dengan cara peneliti.”

Sedangkan menurut Nur Indrianto dan Bambang Supono (2013:142), data primer adalah sebagai berikut: “Data primer adalah sumbernya “Data penelitian diperoleh langsung dari sumber aslinya (dan tanpa perantara)”. Contoh data primer adalah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, focus group, dan panel, atau data hasil wawancara peneliti dengan narasumber. (Waruwu, 2023)

2. Data Sekunder

Menurut Husein Umar (2013:42), data sekunder adalah : “Data sekunder adalah data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan oleh pengumpul data primer atau oleh pihak lain, misalnya dalam bentuk tabel atau diagram”

Sedangkan menurut Nur Indrianto dan Bambang Supomo (2013: 143), data sekunder adalah sebagai berikut: “Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang dikumpulkan secara tidak langsung oleh peneliti melalui berbagai perantara media. (Waruwu, 2023)

Contoh data sekunder antara lain penilaian perusahaan atau dokumen berupa kehadiran, gaji, laporan keuangan yang diterbitkan perusahaan, laporan pemerintah, data yang diperoleh dari majalah dan data lainnya.

149

3.4 Metode Pengumpulan Data

Data yang akan dicari ataupun dikumpulkan adalah data yang bersifat tentang analisis peningkatan pengunjung yang disebabkan oleh faktor Lokasi, Harga, dan Kualitas Makanan dan Minuman. Metode yang digunakan dalam mengumpulkan itu semua adalah dengan memuat kuisisioner, wawancara dan observasi ke tempat penelitian tersebut secara langsung.

92

3.4.1 Kuisisioner

Menurut Sugiyono (2019:142), kuisisioner adalah suatu teknik pengumpulan data dengan cara memberikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden.

Kuisisioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner tertutup tipe, karena responden hanya perlu mencentang salah satu jawaban yang dianggap benar. Alat penelitian merupakan alat yang digunakan peneliti untuk mengukur suatu fenomena yang telah terjadi. Alat pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket, yaitu daftar pernyataan yang disusun secara tertulis dengan tujuan untuk mengumpulkan data berupa jawaban dari responden. (Sugiyono (2018, 2018)

Kuisisioner ini mulai di sebarakan kepada orang atau individu yang menurut si peneliti memenuhi kriteria.

7

3.4.2 Wawancara

Menurut Sugiyono (2016:194) menyatakan bahwa wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data jika peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, serta juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam. Wawancara ini dilakukan dengan mewawancarai manager, staff, dan salah satu konsumen yang ada di Three Folks Ice Cream & Coffee Batam untuk menjadikan penelitian ini menjadi objektif. (Ardiansyah et al., 2023)

3.4.3 Observasi

Observasi yaitu teknik pengumpulan data dengan mengamati setiap peristiwa yang berlangsung dan mencatatnya di kertas observasi. Metode observasi ini menggunakan pengamatan langsung dengan cara turun ke lapangan yang mengamati kondisi, situasi, ataupun perilaku.

Disini peneliti langsung mendatangi Three Folks Ice Cream & Coffee untuk langsung mengobservasi hal hal yang ada disana.

3.4.5 Dokumentasi

Dokumentasi adalah kegiatan dimana si peneliti mengabadikan semua kegiatan yang telah dilalui untuk menjadi bukti bahwa si peneliti mengumpulkan data untuk penelitian nya. Bukti tersebut dapat berupa foto, video, catatan harian, maupun hasil rapat yang telah dilakukan oleh si peneliti di Three Folks Ice Cream and Coffee Batam.

3.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah salah satu aspek penting dalam penelitian ilmiah dan bisnis modern, proses ini melibatkan pengumpulan, pengolahan dan interpretasi untuk mengungkap pola, tren, dan wawasan yang berharga. Menurut Sugiyono (2020:131) analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang telah di dapatkan dari hasil wawancara, kuisioner, observasi maupun dokumentasi.

3.5.1 Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2017:232) menyatakan bahwa analisis statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Metode penelitian ini mengumpulkan data data tersebut dan lalu

disusun, diolah dan dianalisis untuk dapat memberikan gambaran mengenai masalah yang ada.

3.5.2. Uji Validitas dan Reabilitas

1. Uji Validitas

Sugiyono (2019:176) menjelaskan bahwa presisi adalah suatu alat yang dapat digunakan untuk mengukur antara data yang terjadi pada suatu subjek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti. Pengujian signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r pada tabel. Penentuan valid atau tidaknya suatu item ditentukan dengan menguji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,1, artinya suatu item dikatakan valid apabila memiliki korelasi signifikan sebesar dengan total skor. Jika r hitung lebih besar dari r tabel dan bernilai positif maka elemen tersebut dinyatakan valid, sedangkan jika r lebih kecil dari r tabel maka elemen tersebut dinyatakan tidak valid.

2. Reabilitas

Alat yang handal adalah alat yang dapat digunakan berulang kali untuk mengukur benda yang sama dan menghasilkan data yang sama (Sugiyono: 2019). Uji reliabilitas digunakan sebagai alat untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator variabel konstruk. Suatu variabel dapat dianggap reliabel atau dapat dipercaya jika tanggapan seseorang terhadap pernyataan konsisten atau stabil sepanjang waktu. Reliabilitas kuesioner ini diuji menggunakan teknik Cronbach Alpha. Menurut Ghazali (2018) menunjukkan bahwa Cronbach's Alpha dapat diterima jika $> 0,6$. Semakin dekat koefisien alpha Cronbach ke 1, semakin tinggi reliabilitas konsistensi internal.

3. Uji Asumsi Klasik

Pengujian hipotesis klasik ini merupakan pre-test yang dilakukan sebelum dilanjutkan dengan analisis lebih lanjut terhadap data yang

dikumpulkan. Pengujian hipotesis klasik ini bertujuan untuk menghasilkan model regresi yang memenuhi kriteria BLUE (Best Linear Unbiased Estimator).

Untuk mengetahui apakah model regresi yang digunakan memenuhi kriteria BLEU maka harus dilakukan serangkaian pengujian yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas.

3.1. Uji normalitas

Uji normalitas adalah pengujian yang dilakukan dengan tujuan untuk memeriksa apakah dalam suatu model analisis jalur, variabel terikat dan bebas berdistribusi normal (Eka Putra et al., 2022)

Dalam penelitian ini dilakukan uji normalitas terhadap variabel-variabel yang mempengaruhi desain interior (X1), desain eksterior (X2) dan tampilan interior (X3) terhadap kepuasan konsumen (Y). Dalam model regresi linier, asumsi diwakili oleh nilai error yang berdistribusi normal. Model regresi yang baik adalah yang mempunyai distribusi normal atau mendekati normal sehingga cocok untuk pengujian statistik. Pengecekan normalitas data menggunakan uji normalitas Kolmogorov-Smirnow pada program komputer SPSS versi 25.0 for Windows. Kriteria pengumpulan data sebagai berikut:

3.1.1. Jika nilai sig > 0,05 maka distribusi model regresi normal.

3.1.2. Jika nilai sig < 0,05 maka distribusi model regresi tidak normal.

3.2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas membantu mengetahui apakah terdapat penyimpangan terhadap hipotesis heteroskedastisitas klasik. Pengujian heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier terdapat ketimpangan varians residu dari satu observasi ke observasi lainnya (Eka Putra dkk., 2022).

3.3. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah suatu kondisi yang menunjukkan adanya korelasi atau hubungan yang erat antara dua atau lebih variabel independen dalam model regresi berganda.

Uji multikolinearitas ini bertujuan untuk memeriksa apakah terdapat korelasi yang kuat atau sempurna antar variabel independen dalam model regresi. Mendeteksi tingginya korelasi antar variabel independen dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya menggunakan variance dan Tolerance Inflation Factor (VIF). Menurut Imam Ghozali (2013:105), uji multikolinearitas bertujuan untuk memeriksa apakah model regresi menemukan adanya korelasi antar variabel independen di dalamnya atau tidak (Eka Putra et al., 2022).

Metode yang dapat digunakan untuk menguji multikolinearitas dapat dilihat dari matriks korelasi variabel independen. Dalam matriks korelasi, jika terdapat korelasi yang cukup tinggi antar variabel independen (biasanya lebih besar dari 0,90), hal ini merupakan tanda adanya multikolinearitas. Selain itu dapat dilihat dari nilai toleransi dan variance inflasi faktor (VIF). Batas nilai toleransinya adalah 0,10.10 atau setara dengan nilai $VIF \geq 10$.

3.4. Pengujian Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi pada hakikatnya mengukur sejauh mana suatu model dapat menjelaskan variasi variabel dependen (Reza Nurul Ichsan, Ahmad Karim, 2021). Menurut Ghazali dalam (Sumayyah, 2020), koefisien determinasi (R^2) dimaksudkan untuk mengukur sejauh mana kemampuan model dalam mengakomodasi variasi variabel dependen.

4. Analisis Linear Berganda

Menurut (Sugiyono, 2022), analisis regresi linier berganda digunakan untuk memprediksi keadaan (tinggi dan rendah) suatu variabel terikat jika dua

atau lebih variabel bebas sebagai prediktor dimanipulasi (dengan menaikkan dan menurunkan nilainya).

Rumus analisis regresi linier berganda adalah:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3$$

Keterangan:

Y = jumlah konsumen bertambah

a = Konstanta

x₁ = lokasi

x₂ = harga

x₃ = kualitas makanan dan minuman

b = Koefisien regresi

b₁ = Koefisien regresi lokasi

b₂ = Koefisien regresi harga

b₃ = Koefisien regresi kualitas makanan dan minuman

1. Pengujian simultan (Uji F)

Pengujian hipotesis secara simultan dengan uji f bertujuan untuk menguji yang pertama hipotesis (H₁), khusus untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Oleh karena itu uji F ini bertujuan untuk menguji hipotesis (H₁), khususnya bukti fisik (lokasi, harga, kualitas makanan dan minuman) diperkirakan berdampak terhadap peningkatan basis konsumen di Three Folks Ice Cream and Coffee Batam. .

4

3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.5.2 Lokasi Penelitian

Lokasi yang di pilih oleh peneliti dalam penelitian ini adalah ThreeFolks Ice Cream and Coffee. Yang berlokasi di Ruko Orchid Park Business Centre, Jl. Raja H. Fisabilillah No.6, Taman Baloi, Batam Kota, Batam City, Riau Islands 29444.



3.5.3 Waktu Penelitian

Jadwal penelitian ini dimulai dari 01 Agustus 2023 hingga 31 Oktober 2023

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Three Folks Ice Cream & Coffee Batam

4.1.1 Sejarah Three Folks Ice Cream & Coffee Batam

a. Profil Three Folks Ice Cream & Coffee Batam



Gambar 4.1 Logo Three Folks Ice Cream & Coffee

Three Folks Ice Cream & Coffee merupakan bistro yang awalnya berdiri di Jakarta Barat yang dimulai pada bulan Februari 2017. Gambar dari Three Folks Ice Cream & Coffee adalah Enter The Octopus yaitu gambar gurita sebagai gambar representasi dari Tiga orang, hewan pintar yang sangat serbaguna dengan tiga hati. dengan bangsawan. Tahun 2022 bulan Februari Three People akan membuka cabangnya di Batam, kliennya cukup banyak, lokasinya sangat vital karena berada di jalan besar sehingga memudahkan pembeli dalam mencari Three People. , jadi sangat diharapkan pembeli dapat melihat tempat ini pada siang hari hanya untuk berkunjung. luangkan waktu istirahat untuk menikmati espresso, es krim, atau makan siang.

b. Fasilitas Three Folks Ice Cream & Coffee Batam

1). Ruangan Indoor dan Outdoor

Terdapat dua ruangan yang bisa dipakai untuk konsumen di outdoor terletak di samping bar untuk memudahkan konsumen memesan dan indoor terletak di lantai bawah dan untuk memudahkan konsumen memesan makanan di meja masing masing sudah disediakan scan barcode.

2). WiFi / AC

Tersedia 2 wifi yaitu wifi untuk lantai atas dan wifi lantai bawah agar jaringan wifi tidak lelet ataupun lama. Dan tersedia beberapa AC yang terpasang di lantai atas dan lantai bawah.

3). Toilet

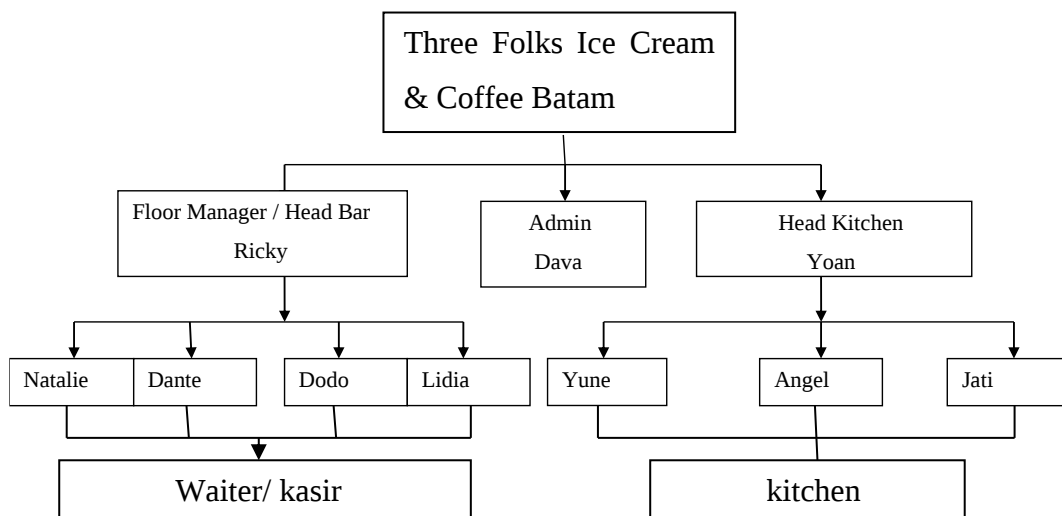
Tentu saja toilet ada untuk keperluan konsumen, terdapat wastafel untuk mencuci tangan usai dari toilet dan tisu

4). Kabel colokan

Tersedia kabel colokan darurat jika diperlukan untuk konsumen.

4.1.2 Struktur Organisasi Three Folks Ice Cream & Coffee Batam

Struktur organisasi adalah sebuah urutan atau susunan yang menjelaskan tentang posisi suatu individu atau manusia yang terlibat dalam suatu organisasi, dimana di setiap posisi tersebut mereka memiliki tugas dan tanggung jawab masing-masing.



Gambar 4.2 struktur organisasi Three Folks Ice Cream & Coffee

1. Floor Manager

Floor manager adalah orang yang bertanggung jawab untuk memberi arahan. Tugas seorang floor manager mencakup beberapa perspektif untuk menjamin kelancaran produksi dan kegiatan yang lancar antara anggota tim.

2. Head Bar

Head bar adalah seseorang atau individu yang mengambil peran penting di bagian bar dan bertanggung jawab atas produksi ataupun kualitas minuman yang diproduksi.

3. Admin

Admin adalah seseorang atau individu yang mengatur atau mengordinasi setiap urusan atau pekerjaan yang bersifat administrasi agar berjalan dengan lancar

4. Head Kitchen

Head kitchen adalah orang yang bertugas di bagian dapur yang bertanggung jawab untuk memastikan kualitas makanan yang di produksi.

5. Waitress/ Waiter

Waiter / Waitress adalah orang yang bertugas untuk menyajikan makanan ataupun minuman dengan aman kepada tamu yang ada di restoran.

6. Kitchen

Kitchen adalah anggota yang bertugas untuk membuat makanan yang sesuai dengan pesanan konsumen dengan memperhatikan kualitas bahan yang akan digunakan untuk meembuat produk tersebut.

7. Kasir

Kasir adalah individu atau seseorang yang bertugas untuk mencatat menu yang di pesan oleh konsumen dan menerima pembayaran langsung dari konsumen baik cash ataupun debit.

4.2 Identifikasi Responden

Di dalam penelitian ini karakteristik responden dilihat dari usia, jenis kelamin dan juga pendidikan terakhir para responden

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin
98 responses

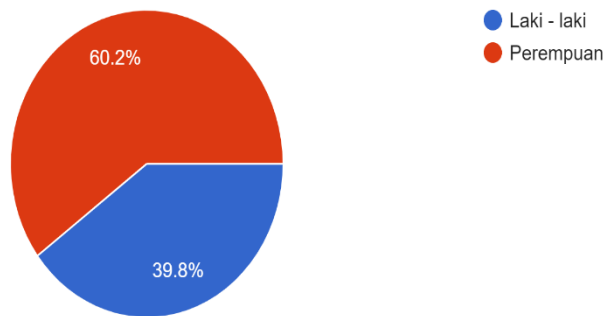


Diagram 4.1 karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Berdasarkan tabel diatas kita bisa melihat bahwa tabel diagram diatas menunjukkan jenis kelamin responden yang terbanyak adalah perempuan yaitu sebanyak 60,2% dan responden laki-laki yaitu 39,8%

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia
98 responses

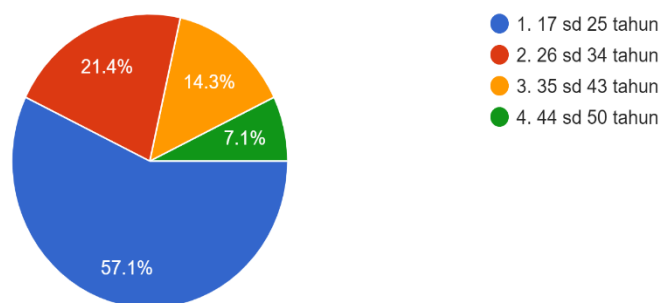


Diagram 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan tabel diatas kita bisa melihat bahwa tabel diagram diatas menunjukkan usia responden yang paling mendominan adalah

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir
98 responses

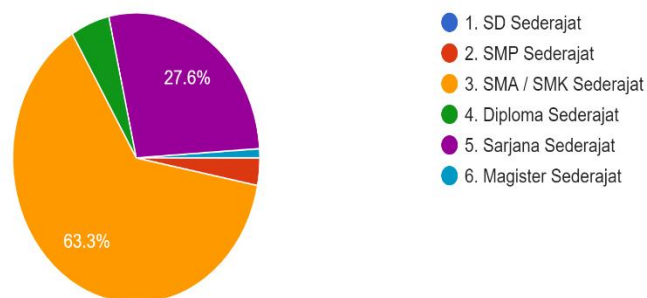


Diagram 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan tabel diatas kita dapat melihat bahwa responden dengan pendidikan terakhir yang paling banyak adalah SMA/SMK Sederajat yaitu sebanyak 63,3%, responden Sarjana Sederajat sebanyak 27,6% responden Diploma Sederajat sebanyak 5,1%, responden SMP Sederajat sebanyak 3,1% dan yang paling terkecil adalah pendidikan terakhir Magister Sederajat yaitu 1%.

4.3 Deskripsi Uji Instrumen

4.3.1 Hasil Uji Validitas

Sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2005) Uji validitas adalah suatu catatan yang menunjukkan bahwa instrumen penduga benar-benar mengukur apa yang perlu dikuantifikasi. Selain validitas, instrumen estimasi yang baik juga harus solid.(Ono, 2020).

Untuk menentukan validitas diperlukan adanya tabel R. Tabel R adalah acuan yang digunakan untuk menguji validitas dengan data yang akan digunakan. R tabel ini biasanya berisi angka yang

digunakan untuk menguji berbagai kemungkinan hasil validitas. prinsip dari uji validitas adalah sebagai berikut:

- jika nilai R hitung lebih > dari R tabel maka hasilnya dinyatakan valid.
- jika nilai R hitung lebih < dari R tabel maka hasilnya tidak valid

Tabel 4.1 Tabel uji validitas kuisioner

Variabel	Item	R hitung	R tabel	Keterangan
Lokasi (X1)	Kenyamanan	0,771	0,195	VALID
		0,720		
	Jarak Pandang	0,343	0,195	VALID
		0,511		
	Tempat Parkir	0,892	0,195	VALID
		0,900		
Harga (X2)	Harga Terjangkau	0,849	0,195	VALID
		0,816		
	Kualitas yang Sesuai	0,785	0,195	VALID
		0,815		
	Daya Saing Harga	0,820	0,195	VALID
		0,824		

Tabel 4.2 Tabel uji validitas kuisioner

Kualitas makanan Dan minuman (x3)	Rasa	0,773	0,195	VALID
		0,824		
	Porsi	0,754	0,195	VALID
		0,845		
	Hygine	0,826	0,195	VALID
		0,818		
Kepuasan Pelanggan (Y1)	Kualitas Produk	0,801	0,195	VALID
		0,842		
	Karakteristik Individu	0,735	0,195	VALID
		0,864		
	Persepsi Konsumen	0,849	0,195	VALID
		0,356		

4.3.2¹⁸ Uji Reabilitas

Menurut Sugiyono (2017:130), pengujian reliabilitas menentukan sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek² yang sama akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur konsistensi suatu kuesioner yang menjadi indikator suatu variabel atau konstruk. Kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil sepanjang waktu (Ghozali, 2006).(Yulia, 2019).

Intrumen kuisi⁶⁶oner dinyatakan reliabel(handal) apabila nilai Cronchbach alpha > dari 0,6. Uji reabilitas memiliki dasar pengambilan keputusan yaitu⁶¹ sebagai berikut:

1. Jika nilai Croncbach alpha >0,6 maka instrumen kuisi⁶⁶oner handal (reliabel)
2. Jika nilai Cronbach alpha < 0,6 maka intrumen kuisi⁶⁶oner tidak handal (tidak reliabel)

² Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.94	26

Tabel 4.3 tabel uji reabilitas

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat N (pertanyaan gabungan dari X1, X2, X3, dan Y1)¹¹⁰ memiliki nilai cronbach alpha 0,94 yang lebih besar dari 0,6.

Jadi dapat disimpulkan uji reabilitas pada kuisi⁶⁶oner di penelitian ini dapat dinyatakan reabilitas (handal).

⁴ 4.4 Statistik Deskriptif

4.4.1 Lokasi

Di dalam variabel ini ,lokasi memiliki 3 indikator yaitu kenyamanan,jarak pandang, dan tempat parkir. Pada setiap indikator tersebut peneliti telah menyiapkan masing masing 2 pertanyaan seperti yang ada di tabel³¹ berikut ini.

Tabel 4.4 tanggapan responden mengenai kenyamanan

no	pernyataan	ss	s	n	ts	sts		
	variabel						persen	kategori
	kenyamanan							

1	rute perjalanan ke Three Folks Ice Cream and Coffee Batam memiliki jalan yang mulus dan bagus	90	5	2	-	1	91,8%	sangat setuju
2	Three Folks Ice Cream and Coffee mudah dijangkau	92	3	1	-	1	94,8%	sangat setuju

Di tabel diatas kita dapat melihat bagaimana tanggapan responden sangat baik mengenai indikator kenyamanan. Di poin pertama pada pernyataan ” rute perjalanan ke Three Folks Ice Cream and Coffee Batam memiliki jalan yang mulus dan bagus” mendapatkan persentasi yang cukup tinggi yaitu 91,8% di skor Sangat Setuju dan di poin “Three Folks Ice Cream and Coffee mudah dijangkau” juga mendapatkan persentase yang cukup tinggi yairu 94,8% persen di skor Sangat Setuju.

31
Tabel 4.5 tabel responden mengenai indikator jarak pandang

no	pernyataan	ss	s	n	ts	sts		
	variabel						persen	kategori
	Jarak pandang							
3	Three Folks dapat dengan mudah ditemukan saat melintas	89	5	3	-	1	90,8%	sangat setuju

4	Three Folks memiliki sesuatu yang mencolok yang memudahkan orang menemukan seperti logo di pinggir jalan	89	5	3	-	1	90,8%	sangat setuju
---	--	----	---	---	---	---	-------	---------------

Di tabel diatas kita dapat melihat bagaimana tanggapan responden sangat baik mengenai indikator jarak pandang. Di poin pertama pada pernyataan ” Three Folks dapat dengan mudah ditemukan saat melintas” mendapatkan persentasi yang cukup tinggi yaitu 90,8% di skor Sangat Setuju dan di poin “Three Folks memiliki sesuatu yang mencolok yang memudahkan orang menemukan seperti logo di pinggir jalan” juga mendapatkan persentase yang cukup tinggi yairu 90,8% persen di skor Sangat Setuju.

4 **Tabel 4.6** tabel responden dengan indikator tempat parkir

no	pernyataan	ss	s	n	ts	sts		
	variabel						persen	kategori
	Tempat parkir							
5	tempat parkir di Three Folks sangat luas dan cukup untuk berbagai kendaraan yang akan datang ke tempat tersebut	93	1	1	-	2	95,9%	Sangat setuju
6	Parkiran di Three Folks sangat aman dan terjamin	91	4	2	-	1	92,9%	Sangat Setuju

Di tabel diatas kita dapat melihat bagaimana tanggapan responden sangat baik mengenai indikator tempat parkir . Di poin pertama pada pernyataan ” tempat parkir di Three Folks sangat luas dan cukup untuk berbagai kendaraan yang akan datang ke tempat tersebut” mendapatkan persentasi yang cukup tinggi yaitu 95,9% di skor Sangat Setuju dan di poin “Parkiran di Three Folks sangat aman dan terjamin” juga mendapatkan persentase yang cukup tinggi yairu 92,9% persen di skor Sangat Setuju.

4.4.2 Harga

Di dalam variavel harga ini memiliki 3 indikator yaitu harga yang terjangkau, kualitas yang sesuai dengan harga, dan daya saing harga. Pada setiap indikator peneliti telah menyiapkan masing masing 2 pernyataan untuk menjadi bagian penilaian responden.

31 **Tabel 4.7** tabel responden mengenai harga yang terjangkau

no	pernyataan	ss	s	n	ts	sts		
	variabel						persen	kategori
	Harga yang terjangkau							
7	Harga makanan dan minuman sangat terjangkau	87	3	4	3	1	88%	Sangat setuju
8	Harga yang ditampilkan cocok untuk semua kalangan	83	8	5	-	2	85,6%	Sangat setuju

Di tabel diatas kita dapat melihat bagaimana tanggapan responden sangat baik mengenai indikator harga yang terjangkau . Di poin pertama pada pernyataan ” Harga makanan dan minuman sangat terjangkau” mendapatkan persentasi yang

cukup tinggi yaitu 88,8% di skor Sangat Setuju dan di poin “Harga yang ditampilkan cocok untuk semua kalangan” juga mendapatkan persentase yang cukup tinggi yaitu 85,6% persen di skor Sangat Setuju.

Tabel 4.8 tabel responden mengenai kualitas yang sesuai dengan harga

no	44 pernyataan	ss	s	n	ts	sts		
	variabel						persen	kategori
	Kualitas sesuai dengan harga							
9	Harga yang ditampilkan sangat worth it / pantas	84	8	3	1	2	84,7%	
10	Bahan yang digunakan cocok dengan harga yang dikeluarkan atau di tetapkan	83	8	4	1	1	83,7\$%	

Di tabel diatas kita dapat melihat bagaimana tanggapan responden sangat baik mengenai indikator kualitas yang sesuai dengan harga . Di poin pertama pada pernyataan ” Harga yang ditampilkan sangat worth it / pantas” mendapatkan persentasi yang cukup tinggi yaitu 84,7% di skor Sangat Setuju dan di poin “Bahan yang digunakan cocok dengan harga yang dikeluarkan atau di tetapkan” juga mendapatkan persentase yang cukup tinggi yaitu 83,7% persen di skor Sangat Setuju.

35 **Tabel 4.9** tabel responden mengenai daya saing harga

no	pernyataan	ss	s	n	ts	sts		
	variabel						persen	kategori
	80 Daya saing harga							

11	Harga produk mampu bersaing dengan produk di tempat lain	82	11	3	-	2	85,7%	Sangat setuju
12	Harga yang di tampilkan sudah cukup baik dari yang lain nya	78	14	4	-	2	79,6%	Sangat setuju

Di tabel diatas kita dapat melihat bagaimana tanggapan responden sangat baik mengenai indikator kualitas yang sesuai dengan harga . Di poin pertama pada pernyataan ” Harga produk mampu bersaing dengan produk di tempat lain” mendapatkan persentase yang cukup tinggi yaitu 85,7% di skor Sangat Setuju dan di poin “Harga yang di tampilkan sudah cukup baik dari yang lain nya” juga mendapatkan persentase yang cukup tinggi yaitu 79,6% persen di skor Sangat Setuju.

4.4.3 Kualitas Makanan Dan Minuman

Di dalam variabel ini terdapat 3 indikator diantaranya adalah indikator rasa, indikator, porsi, indikator hygiene .

Masing masing indikator peneliti telah membuat 2 pertanyaan untuk responden tanggap.

35 **Tabel 4.10** tabel responden mengenai rasa

no	pernyataan	ss	s	n	ts	sts		
	variabel						persen	kategori
	rasa							
13	Makanan dan minuman terasa enak dan tampilan nya sesuai dengan yang ada di buku menu	83	11	2	-	2	86,7%	Sangat setuju

14	Rasanya tidak berubah walaupun makanan sudah dijual dalam jangka waktu yang cukup lama	85	9	1	1	2	90,7%	Sangat setuju
----	--	----	---	---	---	---	-------	---------------

Di tabel diatas kita dapat melihat bagaimana tanggapan responden sangat baik mengenai indikator kualitas yang sesuai dengan harga . Di poin pertama pada pernyataan ” Makanan dan minuman terasa enak dan tampilannya ¹⁵⁵sesuai dengan yang ada di buku menu” mendapatkan persentasi yang cukup tinggi yaitu 86,7% di skor Sangat Setuju dan di poin “Rasanya tidak berubah walaupun makanan sudah dijual dalam jangka waktu yang cukup lama” juga mendapatkan persentase yang cukup tinggi yaitu 90,7% persen di skor Sangat Setuju.

Tabel 4.11 tabel responden mengenai porsi

No	pernyataan	ss	s	n	ts	sts		
	variabel						persen	kategori
	porsi							
15	porsi makanan cukup tidak kurang ataupun terlalu banyak	82	12	2	-	2	83,7%	Sangat setuju
16	porsi minuman cukup tidak kurang ataupun terlalu banyak	86	8	2	1	1	85,7%	Sangat setuju

Di tabel diatas kita dapat melihat bagaimana tanggapan responden sangat baik mengenai indikator kualitas yang sesuai dengan harga . Di poin pertama pada pernyataan ” porsi makanan cukup tidak kurang ataupun terlalu banyak” mendapatkan persentasi yang cukup tinggi yaitu 83,7% di skor Sangat Setuju dan di poin “ porsi minuman cukup tidak kurang ataupun terlalu banyak” juga mendapatkan persentase yang cukup tinggi yaitu 85,7% persen di skor Sangat Setuju.

Tabel 4.12 tabel responden mengenai hygiene atau kebersihan

No	pernyataan	ss	s	n	ts	sts		
	variabel						persen	kategori
	hygiene							
17	makanan nya sangat bersih dan tidak pernah ada haaneh yang jatuh atau ada dimakanan (ex : rambut,plastik,dll)	82	11	3	-	2	85,7%	Sangat setuju
18	minuman nya sangat bersih dan tidak pernah ada hal aneh yang jatuh atau ada di minuman (ex : rambut,plastik,dll)	84	9	3	1	1	89,8%	Sangat setuju

Di tabel diatas kita dapat melihat bagaimana tanggapan responden sangat baik mengenai indikator kualitas yang sesuai dengan harga . Di poin pertama pada pernyataan ” makanan nya sangat bersih dan tidak pernah ada haaneh yang jatuh atau ada dimakanan (ex : rambut,plastik,dll) ” mendapatkan persentasi yang cukup tinggi yaitu 85,7% di skor Sangat Setuju dan di poin “minuman nya sangat bersih dan tidak pernah ada haaneh

yang jatuh atau ada diminuman (ex : rambut, plastik, dll) ” juga mendapatkan persentase yang cukup tinggi yaitu 89,9% persen di skor Sangat Setuju.

4.4.4 Peningkatan Konsumen

Di dalam variabel Y ini terdapat 3 indikator diantaranya adalah indikator kualitas produk, karakteristik individu dan persepsi konsumen. Masing masing indikator peneliti telah membuat 2 pertanyaan untuk responden tanggap.

Tabel 4.13 tabel responden mengenai kualitas produk

no	pernyataan	ss	s	n	ts	sts		
	variabel						persen	kategori
	Kualitas produk							
19	kualitas produk dari bahan makanan dan minuman sangat bagus dan tidak ada yang membuat pelanggan kecewa	88	77	1	-	2	86,7%	Sangat setuju
20	Orang-orang sangat cocok dan tertarik dengan produk Three Folks Batam	85	8	3	-	2	90,7%	Sangat setuju

Di tabel di atas kita dapat melihat bagaimana tanggapan responden sangat baik mengenai indikator kualitas yang sesuai dengan harga. Di poin pertama pada pernyataan ” kualitas produk dari bahan makanan dan minuman sangat bagus dan tidak ada yang membuat pelanggan kecewa ” mendapatkan persentase yang cukup tinggi yaitu 86,7% di skor Sangat Setuju dan di poin ”Orang-orang sangat cocok dan tertarik dengan produk

Three Folks Batam” juga mendapatkan persentase yang cukup tinggi yaitu 90,7% persen di skor Sangat Setuju.

Tabel 4.14 tabel responden mengenai karakteristik individu

no	pernyataan	ss	s	n	ts	sts		
	variabel						persen	kategori
	karakteristik individu							
21	banyak konsumen yang sangat puas dengan apa yang telah mereka dapatkan dari Three Folks Ice Cream & Coffee Batam	86	9	1	-	2	87,5%	sangat setuju
22	banyak orang orang yang baru datang menjadi pelanggan di Three Folks Ice Cream & Coffee Batam	84	8	3	1	2	87,8%	sangat setuju

Di tabel diatas kita dapat melihat bagaimana tanggapan responden sangat baik mengenai indikator kualitas yang sesuai dengan harga . Di poin pertama pada pernyataan ” banyak konsumen yang sangat puas dengan apa yang telah mereka dapatkan dari Three Folks Ice Cream & Coffee Batam” mendapatkan persentasi yang cukup tinggi yaitu 87,5% di skor Sangat Setuju dan di poin “banyak orang orang yang baru datang menjadi pelanggan di Three Folks Ice Cream & Coffee Batam” juga mendapatkan persentase yang cukup tinggi yaitu 87,8% persen di skor Sangat Setuju

Tabel 4.15 tabel responden mengenai persepsi konsumen

no	44 pernyataan	ss	s	n	ts	sts		
	variabel						persen	kategori
	ruang							
23	produk yang di beli membuat konsumen sering datang untuk membeli produk yang sama karena sangat tertarik dengan produk tersebut	75	20	1	-	2	76,5%	sangat setuju
24	tidak hanya warga atau penduduk batam yang datang melainkan turis atau pengunjung dari negara juga datang ke Three Folks Ice Cream & Coffee Batam	89	5	3	-	1	90,8%	sangat setuju

Di tabel diatas kita dapat melihat bagaimana tanggapan responden sangat baik mengenai indikator kualitas yang sesuai dengan harga . Di poin pertama pada pernyataan ” produk yang di beli membuat konsumen sering datang 87 untuk membeli produk yang sama karena sangat tertarik dengan produk tersebut” mendapatkan persentasi yang cukup tinggi yaitu 76,5% di skor Sangat Setuju dan di poin “tidak hanya warga atau penduduk batam yang datang melainkan turis atau pengunjung dari negara juga datang ke Three Folks Ice Cream & Coffee Batam” juga mendapatkan persentase yang cukup tinggi yaitu 90,8% persen di skor 139 Sangat Setuju.

4.5 Teknik Analisis Data

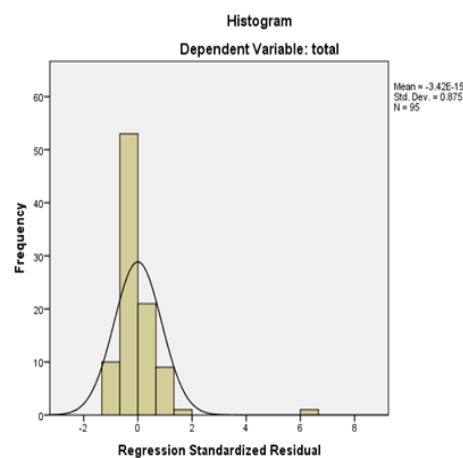
4.5.1 Uji Asumsi 11 Klasik

1. Uji Normalitas

Menurut Sugiyono (2017:239), uji normalitas digunakan untuk mempelajari Normalitas variabel yang diteliti adalah apakah datanya berdistribusi normal atau tidak. Hal ini penting karena jika data setiap variabel tidak normal, maka pengujian hipotesis tidak dapat menggunakan statistik parametrik. Uji normalitas menggunakan metode grafik probabilitas normal berikut:

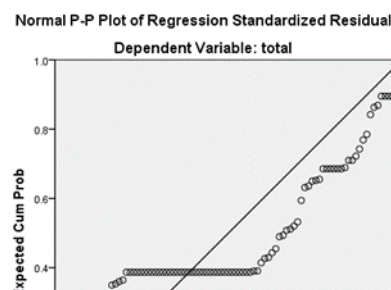
1. Jika data tersebar di sekitar diagonal dan mengikuti arah diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data melenceng dari diagonalnya dan tidak mengikuti arah diagonalnya, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Gambar 1.1 Hasil uji normalitas



Dapat dilihat tabel diatas diagram balok nya mengikuti garis lengkung dan dari sini bisa dikatakan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Gambar 1.2 gambar hasil uji normalitas



Bisa dilihat juga disini bahwa titik titik yang ada di gambar bergerak mengikuti garis diagonal, dan hal ini menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini beregresi normal.

2. Uji Heterokedastitas

Uji heterogenitas menurut Ghazali (2021:178) bertujuan untuk memeriksa apakah dalam model regresi terdapat perbedaan varian antara sisa observasi dengan observasi lainnya. Regresi yang baik adalah metode yang tidak terjadi homoskedastisitas atau heteroskedastisitas.

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	1.907	1.127		.095
	q1	.133	.698	.033	.850
	q2	-8.912	1.536	-1.660	.605
	q3	-2.171	.567	-.618	.188
	q4	4.181	.745	1.190	.909
	q5	-1.823	1.038	-.592	.083
	q6	4.953	1.120	1.803	.820
	q7	-.420	.477	-.203	.382
	q8	-1.067	.434	-.524	.017
	q9	-.821	.460	-.372	.079

q10	1.528	.589	.593	2.595	.012
q11	-.832	.465	-.350	-1.789	.078
q12	.841	.424	.376	1.983	.051
q13	.110	.476	.044	.231	.818
q14	-.134	.426	-.057	-.315	.754
q15	.206	.430	.083	.480	.633
q16	.511	.531	.199	.964	.339
q17	.250	.587	.090	.426	.671
q18	.923	.482	.382	1.916	.060
q19	-1.615	.689	-.582	-2.345	.022
q20	.067	.527	.027	.127	.900
q21	.246	.397	.101	.620	.537
q22	.556	.584	.206	.953	.344
q24	.111	.219	.042	.507	.614

26. Dependent Variable: ABS_RES

Berdasarkan tabel di atas maka dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini memiliki nilai sig yang lebih besar dari 0,5. Oleh karena itu, data penelitian ini tidak terjadi ketimpangan varians residual dari variable satu ke variable lainnya.

3. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghazali (2021:157), uji multikolinearitas bertujuan untuk memeriksa apakah model regresi menemukan adanya korelasi antar variabel independen (independen).

Regresi yang baik tidak akan ada korelasi antar variabel independennya.

Multikolinearitas terlihat dari nilai toleransi dan nilai VIF (Variance Inflation Factor). Nilai ambang batas yang umum digunakan dalam pendeteksian. Adanya multikolinearitas yaitu toleransi $< 0 > 10$.

Dapat ditunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas, jika nilai mempunyai toleransi kesalahan > 0.10 atau nilai $VIF < 10 > 10$. (Lestari, 2022)

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1	.197	5.071
q1	.067	14.996
q2	.215	4.649
q3	.136	7.328
q4	.049	20.553
q5	.033	30.492
q6	.104	9.572
q7	.124	8.090
q8	.127	7.877
q9	.107	9.356
q10	.144	6.958
q11	.152	6.592
q12	.150	6.671
q13	.170	5.873
q14	.181	5.511
q15	.130	7.717
q16	.124	8.041
q17	.144	6.965
q18	.091	11.032
q19	.117	8.519
q20	.212	4.727
q21	.138	7.260
q22	.798	1.254
q24		

a. Dependent Variable: total

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa nilai Tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10.00 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi Multikolinearitas.

4. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada hakikatnya mengukur sejauh mana model dapat menjelaskan variasi variabel terikat. Nilai R^2 antara 0 dan 1.

Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas.

Nilai yang mendekati 1 berarti variabel independen memberikan hampir seluruh informasi yang diperlukan untuk memprediksi variabel dependen (Ghozali, 2021:147).(Lestari, 2022)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	1.000 ^a	1.000	1.000	.000

a. Predictors: (Constant), q26, q11, q24, q25, q2, q3, q15, q21, q13, q9, q17, q8, q1, q18, q14, q12, q20, q4, q16, q22, q7, q10, q19, q5, q6

i

Dapat dilihat dari sini jika seluruhnya bernilai satu menandakan bahwa variabel memberikan seluruhnya informasi yang diperlukan dan saling terikat.

5. Analisis Linear Berganda

Metode analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah linear berganda, khusus regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2021:145).

Regresi berganda memungkinkan untuk menguji H1, H2, H3, H4 dengan menggunakan metode interaktif yang memenuhi harapan peneliti.

5.1. Uji Simultan F

Uji F-statistik memungkinkan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh secara simultan atau simultan terhadap

variabel dependen. Jika angka $F > F$ tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya seluruh variabel independen secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen dengan menggunakan taraf signifikansi 5%. Atau, Anda juga bisa melihat nilai probabilitasnya.

Variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen jika nilai probabilitasnya kurang dari 0.

05 (untuk tingkat signifikansi = 5%) (Ghozali, 2021:148).

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	121.220	25	4.849	4.585	.000 ^b
	Residual	72.972	69	1.058		
	Total	194.192	94			

a. Dependent Variable: TOTAL

b. Predictors: (Constant), q26, q11, q24, q25, q2, q3, q15, q21, q13, q9, q17, q8, q1, q18, q14, q12, q20, q4, q16, q22, q7, q10, q19, q5, q6

Berdasarkan tabel uji diatas menunjukkan bahwa nilai hitung F sebesar 4.585 dengan Tnilai sig sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat

4.6 Pembahasan

Dalam penelitian ini peneliti membahas pengaruh lokasi, harga, kualitas makanan dan minuman terhadap peningkatan konsumen . uji coba instrumen bertujuan untuk mengetahui apakah kuisisioner yang telah dibuat oleh peneliti dapat dan layak untuk di sebarakan kepada publik ataupun sasaran dari si peneliti.

Kuisisioner ini deisebarkan kepada 98 responden yang pernah berkunjung ataupun pelanggan di Three Folks Ice Cream & Coffee .

Dari awal gambar 4.1 kita dapat melihat bahwa jenis kelamin responden yang tebanyak adalah perempuan yaitu sebanyak 60,2% dan responden laki-laki yaitu 39,8% . dan untuk karakterikstik usia, usia 17- 25 tahun sebanyak 57,1%, usia

26-34 tahun sebanyak 21.4%, usia 35-43 tahun sebanyak 14,3% dan yang paling terendah adalah usia 44-50 tahun sebanyak 7,1%.dan untuk karakteristik pendidikan terakhir yang paling banyak adalah SMA/SMK Sederajat yaitu sebanyak 63,3%, responden Sarjana Sederajat sebanyak 27,6% responden Diploma Sederajat sebanyak 5,1%, responden SMP Sederajat sebanyak 3,1% dan yang paling terkecil adalah pendidikan terakhir Magister Sederajat yaitu 1%.

Ada beberapa uji yang digunakan dalam penelitian ini antara lain adalah :

1). Uji validitas

Pengujian signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r pada tabel. Penentuan valid atau tidaknya suatu item ditentukan dengan menguji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,1, artinya suatu item dikatakan valid apabila memiliki korelasi signifikan sebesar dengan total skor. Jika r hitung lebih besar dari r tabel dan bernilai positif maka elemen tersebut dinyatakan valid, sedangkan jika r lebih kecil dari r tabel maka elemen tersebut dinyatakan tidak valid.

2). Uji reabilitas

Uji reliabilitas digunakan sebagai alat untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator variabel konstruk. Suatu variabel dapat dianggap reliabel atau dapat dipercaya jika tanggapan seseorang terhadap pernyataan konsisten atau stabil sepanjang waktu. Reliabilitas kuesioner ini diuji menggunakan teknik Cronbach Alpha.

3). Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas membantu mengetahui apakah terdapat penyimpangan terhadap hipotesis heteroskedastisitas klasik. Pengujian heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier terdapat ketimpangan varians residu dari satu observasi ke observasi lainnya

4). Uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas ini bertujuan untuk memeriksa apakah terdapat korelasi yang kuat atau sempurna antar variabel independen dalam model

regresi. Mendeteksi tingginya korelasi³⁰ antar variabel independen dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya menggunakan variance dan Tolerance Inflation Factor (VIF).

5). uji koefisien Determinasi⁶⁴

koefisien determinasi (R^2) dimaksudkan untuk mengukur sejauh mana kemampuan model dalam mengakomodasi variasi variabel dependen.

6). Pengujian simultan (Uji F)¹⁵¹

Pengujian hipotesis secara simultan dengan uji f bertujuan untuk menguji yang pertama hipotesis (H_1), khusus untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.³⁶ Oleh karena itu uji F ini bertujuan untuk menguji hipotesis (H_1), khususnya bukti fisik (lokasi, harga, kualitas makanan dan minuman) diperkirakan berdampak terhadap peningkatan basis konsumen di Three Folks Ice Cream and Coffee Batam.

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dari bab sebelumnya, peneliti dapat menarik kesimpulan yaitu:

1. Variabel (x1) Lokasi sangat berpengaruh terhadap peningkatan konsumen di Three Folks Ice cream & Coffee Batam, hal ini ditunjukkan dengan banyaknya responden yang setuju dengan aspek kenyamanan, jarak pandang dan juga tempat parkir yang ada di Three Folks Ice Cream & Coffee Batam.
2. Variabel (x2) Harga juga sangat berpengaruh dengan peningkatan konsumen di Three Folks Ice Cream & Coffee Batam dikarenakan berdasarkan hasil kuisioner yang telah di sebar oleh peneliti sekitar 84% persen pengunjung sangat menyetujui jika harga yang ditampilkan layak dengan apa yang disajikan.
3. Variabel (x3) Kualitas makanan dan minuman ini sangat sangat berpengaruh karna pada setiap pertanyaan pada variabel ini memiliki tingkat persen setuju yang sangat besar, dan dari hal ini sudah membuktikan bahwa Three Folks bisa menjaga kualitas makanan dan minuman yang mereka jual.
4. Variabel (x1), (x2), dan (x3) terhadap (y1)
 Dari ketiga variabel tersebut yaitu lokasi, harga, kualitas makanan dan minuman terhadap peningkatan konsumen tentu saja sangat penting di karenakan setiap konsumen pasti mencari tempat yang dapat membuat mereka bersantai dengan akses yang bagus, sampai disana dengan perasaan yang bagus lalu makan dengan makanan yang berkualitas bagus dengan kopi ataupun menu minuman yang lain yang disiapkan dengan well prepared dengan harga yang terjangkau . tentu saja banyak orang yang mengincar hal tersebut dan dari hasil kuisioner sebagian besar konsumen sangat senang dengan produk yang dihasilkan oleh ThteeFolks maupun

makanan,minuman,botol minum ataupun kaos yang di design khusus dengan logo logo khas ThreeFolks.

154

5.2 Saran

5.2.1 Saran Kepada Pihak Three Folks Ice Cream & Coffee Batam

Berdasarkan dari hasil kuisioner dan hasil penelitian semua data responden yang ditunjukkan setiap pertanyaan variabel dari X1,X2,X3, dan Y1 memiliki hasil (SS) sangat setuju yang sangat besar persentase nya ,jadi saran yang bisa diberikan oleh peneliti adalah lebih meningkatkan inovasi yang lebih bagus kedepan nya agar makin banyak kostumer yang datang dan menjadi pelanggan tetap di Three Folks Ice Cream and Coffe Batam.

2

5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya peneliti berharap agar dapat memilih variabel yang sekiranya lebih menjurus kepada sistem di tempat ini dan juga bagaimana produk lain yang di hasilkan selain makanan dan minuman.

● 39% Overall Similarity

Top sources found in the following databases:

- 33% Internet database
- Crossref database
- 33% Submitted Works database
- 19% Publications database
- Crossref Posted Content database

TOP SOURCES

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	repository.stei.ac.id Internet	3%
2	eprints.walisongo.ac.id Internet	2%
3	jptam.org Internet	1%
4	vitka on 2022-12-27 Submitted works	<1%
5	eprints.uny.ac.id Internet	<1%
6	researchgate.net Internet	<1%
7	repository.uhn.ac.id Internet	<1%
8	Universitas Nasional on 2023-10-20 Submitted works	<1%

9	repository.ub.ac.id	Internet	<1%
10	scribd.com	Internet	<1%
11	Universitas Pamulang on 2022-11-18	Submitted works	<1%
12	digilib.unila.ac.id	Internet	<1%
13	eprints.ahmaddahlan.ac.id	Internet	<1%
14	Universitas Jenderal Soedirman on 2023-11-15	Submitted works	<1%
15	repositori.uma.ac.id	Internet	<1%
16	Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur on 2022-...	Submitted works	<1%
17	ascarya.or.id	Internet	<1%
18	repository.unpas.ac.id	Internet	<1%
19	android62.com	Internet	<1%
20	eprints.poltektegal.ac.id	Internet	<1%

21	Universitas Wiraraja on 2024-01-15	<1%
	Submitted works	
22	repository.unas.ac.id	<1%
	Internet	
23	Universitas Respati Indonesia on 2022-04-15	<1%
	Submitted works	
24	Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur on 2022-...	<1%
	Submitted works	
25	vitka on 2022-12-20	<1%
	Submitted works	
26	Morgan Park High School on 2023-01-04	<1%
	Submitted works	
27	openjournal.unpam.ac.id	<1%
	Internet	
28	Hana Yoflike Mokodompit, S. L. H. V Joyce Lopian, Ferdy Roring. "PEN...	<1%
	Crossref	
29	eprints.ubhara.ac.id	<1%
	Internet	
30	etheses.uin-malang.ac.id	<1%
	Internet	
31	Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur on 2021-...	<1%
	Submitted works	
32	repository.stiedewantara.ac.id	<1%
	Internet	

33	Universitas Pamulang on 2023-07-05	<1%
	Submitted works	
34	Susetyowati Sofia, Nafisah Nur Zafitri Ashar, Agilistya Rahayu. "Pengar...	<1%
	Crossref	
35	repository.stienobel-indonesia.ac.id	<1%
	Internet	
36	docplayer.info	<1%
	Internet	
37	repository.usd.ac.id	<1%
	Internet	
38	repository.widyamataram.ac.id	<1%
	Internet	
39	stie-pembangunan on 2023-11-13	<1%
	Submitted works	
40	johannessimatupang.wordpress.com	<1%
	Internet	
41	Jayabaya University on 2023-02-22	<1%
	Submitted works	
42	Canada College on 2022-07-21	<1%
	Submitted works	
43	iGroup on 2013-07-05	<1%
	Submitted works	
44	vitka on 2024-01-19	<1%
	Submitted works	

45	Udayana University on 2020-12-28	<1%
	Submitted works	
46	Washoe County School District on 2021-07-04	<1%
	Submitted works	
47	digilib.uns.ac.id	<1%
	Internet	
48	vitka on 2022-05-24	<1%
	Submitted works	
49	IAIN Pekalongan on 2023-11-27	<1%
	Submitted works	
50	Universitas Negeri Jakarta on 2019-08-14	<1%
	Submitted works	
51	Universitas Negeri Medan on 2021-09-21	<1%
	Submitted works	
52	digilib.uinsgd.ac.id	<1%
	Internet	
53	Agnes Rumata Simangunsong. "Analisis Pengaruh Sikap Rasional Dan ...	<1%
	Crossref	
54	Universitas Mulawarman on 2021-03-18	<1%
	Submitted works	
55	Universitas Wiraraja on 2024-01-19	<1%
	Submitted works	
56	Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung on 2017-06-22	<1%
	Submitted works	

57	Universitas Negeri Jakarta on 2021-08-09	<1%
	Submitted works	
58	docslide.us	<1%
	Internet	
59	repository.uki.ac.id	<1%
	Internet	
60	Universitas Brawijaya on 2023-06-13	<1%
	Submitted works	
61	Universitas Negeri Jakarta on 2017-06-20	<1%
	Submitted works	
62	dinoburumagimata.blogspot.com	<1%
	Internet	
63	eprints.kwikkiangie.ac.id	<1%
	Internet	
64	id.123dok.com	<1%
	Internet	
65	jurnalfarmasi.or.id	<1%
	Internet	
66	pascasarjanafe.untan.ac.id	<1%
	Internet	
67	repo.bunghatta.ac.id	<1%
	Internet	
68	repository.uinjkt.ac.id	<1%
	Internet	

69	vitka on 2023-04-12	<1%
	Submitted works	
70	coursehero.com	<1%
	Internet	
71	UC, San Diego on 2022-05-25	<1%
	Submitted works	
72	Universitas Respati Indonesia on 2023-08-07	<1%
	Submitted works	
73	Yonathan Sulistyو Tonung Bela. "ANALISIS MINAT PEMBELIAN DITINJ..."	<1%
	Crossref	
74	repository.ar-raniry.ac.id	<1%
	Internet	
75	123dok.com	<1%
	Internet	
76	Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur on 2022-...	<1%
	Submitted works	
77	Lambung Mangkurat University on 2020-10-26	<1%
	Submitted works	
78	Poni Hasperi, Sri Rahayu, Wiralestari Wiralestari. "Analysis of Factors L..."	<1%
	Crossref	
79	Universitas Diponegoro on 2023-03-09	<1%
	Submitted works	
80	Universitas Mulawarman on 2021-04-05	<1%
	Submitted works	

81	stie-pembangunan on 2023-12-09	<1%
	Submitted works	
82	Universitas Putera Batam on 2021-01-14	<1%
	Submitted works	
83	vitka on 2024-01-22	<1%
	Submitted works	
84	Defense University on 2023-02-08	<1%
	Submitted works	
85	digilibadmin.unismuh.ac.id	<1%
	Internet	
86	Dani Kusumastuti Kusumastuti. "Minat Beli Produk Halal di Indonesia: ...	<1%
	Crossref	
87	Tarumanagara University on 2023-12-22	<1%
	Submitted works	
88	IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung on 2023-06-12	<1%
	Submitted works	
89	Irmayani Irmayani, Suhri Hanafi, Muhammad Taufik. "ANALISIS PENJU...	<1%
	Crossref	
90	karinov.co.id	<1%
	Internet	
91	stipram on 2022-04-21	<1%
	Submitted works	
92	Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur on 2021-...	<1%
	Submitted works	

93	Universitas Muria Kudus on 2018-09-10	<1%
	Submitted works	
94	eprints.unmas.ac.id	<1%
	Internet	
95	repository.nobel.ac.id	<1%
	Internet	
96	I Putu Agus Heryana, Ni Putu Isha Aprinica, Miko Andi Wardana. "Peng...	<1%
	Crossref	
97	Muhammad Zainul Fikri, Ade Sofyan Mulazid. "PENGARUH BRAND IMA...	<1%
	Crossref	
98	Universitas Diponegoro on 2019-06-07	<1%
	Submitted works	
99	Universitas Muria Kudus on 2016-08-24	<1%
	Submitted works	
100	Universitas Negeri Jakarta on 2020-09-02	<1%
	Submitted works	
101	Universitas Pelita Harapan	<1%
	Submitted works	
102	ardra.biz	<1%
	Internet	
103	repository.iainpalopo.ac.id	<1%
	Internet	
104	Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur on 2022-...	<1%
	Submitted works	

105	General Sir John Kotelawala Defence University on 2019-10-09	<1%
	Submitted works	
106	Unika Soegijapranata on 2015-09-30	<1%
	Submitted works	
107	Universitas Jenderal Soedirman on 2019-02-12	<1%
	Submitted works	
108	Universitas Nasional on 2020-10-15	<1%
	Submitted works	
109	Universitas Negeri Jakarta on 2015-12-22	<1%
	Submitted works	
110	Universitas Pelita Harapan	<1%
	Submitted works	
111	Universitas Putera Batam on 2023-01-27	<1%
	Submitted works	
112	Yanti Yulianti, Yosini Deliana. "Gaya Hidup Kaitannya dengan Keputusan..."	<1%
	Crossref	
113	Gandung Satriyono, Meme Rukmini. "Pengaruh Kepemimpinan Dan Komunikasi..."	<1%
	Crossref	
114	Universitas Muria Kudus on 2019-03-13	<1%
	Submitted works	
115	Universitas Negeri Jakarta on 2018-05-30	<1%
	Submitted works	
116	Universitas Putera Batam on 2023-01-31	<1%
	Submitted works	

117	Universitas Tidar on 2024-01-17	<1%
	Submitted works	
118	ejournal.unhi.ac.id	<1%
	Internet	
119	Konsorsium Perguruan Tinggi Swasta Indonesia II on 2023-09-17	<1%
	Submitted works	
120	Konsorsium Perguruan Tinggi Swasta Indonesia on 2023-02-07	<1%
	Submitted works	
121	Universitas Diponegoro on 2023-01-26	<1%
	Submitted works	
122	Universitas Muria Kudus on 2018-09-03	<1%
	Submitted works	
123	Universitas Putera Batam on 2020-12-01	<1%
	Submitted works	
124	Universitas Putera Batam on 2020-12-02	<1%
	Submitted works	
125	docobook.com	<1%
	Internet	
126	eprints.mdp.ac.id	<1%
	Internet	
127	jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id	<1%
	Internet	
128	stie-pembangunan on 2023-12-06	<1%
	Submitted works	

129	vitka on 2023-01-06	<1%
	Submitted works	
130	Binus University International on 2020-06-30	<1%
	Submitted works	
131	Universitas Muria Kudus on 2018-09-05	<1%
	Submitted works	
132	Universitas Negeri Surabaya The State University of Surabaya on 2017-...	<1%
	Submitted works	
133	Universitas Putera Batam on 2020-12-02	<1%
	Submitted works	
134	eprints.undip.ac.id	<1%
	Internet	
135	repository.uinsu.ac.id	<1%
	Internet	
136	Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia on 2015-08-05	<1%
	Submitted works	
137	Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur on 2021-...	<1%
	Submitted works	
138	President University on 2015-09-11	<1%
	Submitted works	
139	STIE Perbanas Surabaya on 2016-08-25	<1%
	Submitted works	
140	STIE Perbanas Surabaya on 2020-08-14	<1%
	Submitted works	

141	Universitas Mulawarman on 2021-04-15	<1%
	Submitted works	
142	Universitas Mulawarman on 2021-04-20	<1%
	Submitted works	
143	Universitas Nasional on 2022-02-02	<1%
	Submitted works	
144	Universitas PGRI Semarang on 2022-08-02	<1%
	Submitted works	
145	Universitas Pendidikan Indonesia on 2020-09-02	<1%
	Submitted works	
146	Universitas Putera Batam on 2018-11-24	<1%
	Submitted works	
147	Universitas Putera Batam on 2019-11-08	<1%
	Submitted works	
148	Universitas Putera Batam on 2020-12-03	<1%
	Submitted works	
149	es.scribd.com	<1%
	Internet	
150	pt.scribd.com	<1%
	Internet	
151	repositori.uin-alauddin.ac.id	<1%
	Internet	
152	repository.umrah.ac.id	<1%
	Internet	

153	repository.unika.ac.id	Internet	<1%
154	stie-pembangunan on 2023-11-13	Submitted works	<1%
155	Surabaya University on 2012-04-18	Submitted works	<1%
156	Tarumanagara University on 2023-10-25	Submitted works	<1%
157	Universitas Dian Nuswantoro on 2022-12-06	Submitted works	<1%
158	Universitas Muria Kudus on 2019-07-26	Submitted works	<1%
159	Universitas Negeri Jakarta on 2016-10-27	Submitted works	<1%
160	Universitas Putera Batam on 2023-01-30	Submitted works	<1%
161	Ajou University Graduate School on 2023-01-11	Submitted works	<1%
162	Apriyanti Apriyanti, Neni Triana M.. "Pengaruh Bauran Pemasaran Terh...	Crossref	<1%
163	Binus University International on 2019-07-12	Submitted works	<1%
164	Universitas Diponegoro on 2023-06-08	Submitted works	<1%

165	Universitas Nasional on 2022-03-09	<1%
	Submitted works	
166	Universitas Putera Batam on 2019-06-19	<1%
	Submitted works	
167	Universitas Putera Batam on 2021-08-28	<1%
	Submitted works	
168	journal.lppmunindra.ac.id	<1%
	Internet	