

**ARTIKEL ILMIAH**

**ANALISI FAKTOR FAKTOR YANG SANGAT BERPENGARUH DALAM  
SUKSESNYA USAHA KULINER MAKANAN DAN MINUMAN  
( STUDI KASUS UKM MARTABAK MINI )**



Disusun Oleh :

**Deffa Ferdian Alif Utama**  
672019163

**TEKNIK INFORMATIKA  
FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI  
UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA  
2022**

## DAFTAR ISI

<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>i</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>Latar Belakang .....</b>	<b>2</b>
<b>Tujuan Penelitian .....</b>	<b>3</b>
<b>Tinjauan Pustaka .....</b>	<b>3</b>
<b>BAB II ISI.....</b>	<b>6</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>6</b>
<b>Populasi dan Sampel .....</b>	<b>6</b>
<b>Jadwal Penelitian.....</b>	<b>6</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>7</b>
<b>Analisis Linier Regresi Berganda .....</b>	<b>7</b>
<b>Uji Validitas .....</b>	<b>8</b>
<b>Uji Realibilitas .....</b>	<b>9</b>
<b>Uji Multikoleneartitas .....</b>	<b>9</b>
<b>Uji Heteroskedastisitas .....</b>	<b>10</b>
<b>Uji Normalitas .....</b>	<b>10</b>
<b>Koefisien Determinasi .....</b>	<b>11</b>
<b>BAB III PENUTUP .....</b>	<b>11</b>
<b>kesimpulan .....</b>	<b>11</b>
<b>Saran.....</b>	<b>12</b>
<b>Daftar Pustaka.....</b>	<b>12</b>

## BAB I PENDAHULUAN

# ANALISI FAKTOR FAKTOR YANG SANGAT BERPENGARUH DALAM SUKSESNYA USAHA KULINER MAKANAN DAN MINUMAN ( STUDI KASUS UKM MARTABAK MINI )

**Deffa ferdian alif utama**

Teknik Informatika  
Fakultas Teknologi Informasi  
Universitas Kristen Satya Wacana  
Jl. Diponegoro No.52-60, Salatiga, Kec. Sidorejo, Kota Salatiga, Jawa Tengah 50711  
Email : 672019163@student.uksw.edu

## ABSTRAK

Apa itu Usaha Kuliner Usaha kuliner adalah usaha yang bergerak dibidang Makanan dan Minuman. Peluang Usaha kuliner merupakan usaha yang besar. Martabak mini memiliki rasa yang manis karena dibalut dengan topping seperti coklat, keju, stroberi dll. tujuannya mengetahui faktor suksesnya berusaha, gambaran peluang serta kuliner yang mampu bersaing dengan restoran besar ternama. berikut faktornya Kualitas, Harga, Lokasi dan Lingkungan Menggunakan Data Sekunder dari Internet dan Data Primer dari Kuisisioner jumlah reponden 16. Analisis data yang digunakan : Analisis Regresi Linier Berganda, Uji Validitas, Uji Realibilitas, Uji Multikoleneartitas, Uji Heteroskedastisitas, Uji Normalitas, Koefisien Determinasi. dengan Variabel Independen, Kualitas, Harga, Lokasi dan Lingkungan yaitu dengan Pertanyaan1 sampai dengan Pertanyaan7(X) dan Variabel Dependen, Suksesnya berusaha yaitu dengan Hasil (Y) Hasil percobaan Uji Validitas, Uji Realibilitas, Uji Multikoleneartitas, Uji Heteroskedastisitas, Uji Normalitas dan Koefisien Determinasi terhadap Pertanyaan1 sampai dengan Pertanyaan7 (X), berpengaruh terhadap hasil (Y). Menghasilkan Nilai yang Positif dan Valid, Sehingga dapat diterima Secara simultan bahwa faktor faktor yang telah Saya teliti sudah termasuk dalam berpengaruh terhadap suksesnya usaha Kuliner Makanan dan Minuman. Makanan atau minuman Tradisional atau murah atau yang biasa dijual disepanjang jalan juga bisa bersaing terhadap makanan yang dibuat perusahaan besar ternama. seperti donatnya Starbuck.

**Kata Kunci** : Restoran, Fragaria, Rasa, Keju, Cokelat, Analisis Data, Sasaran, Survei dan Kuesioner, Analisis Regresi, Internet

## ABSTRACT

*What is a Culinary Business? Culinary business is a business engaged in Food and Beverage. Culinary business opportunity is a big business. Mini Martabak has a sweet taste because it is wrapped with toppings such as chocolate, cheese, strawberries, etc. The goal is to find out the success factors for doing business, an overview of opportunities and culinary delights that can compete with big, well-known restaurants. The following factors are Quality, Price, Location and Environment Using Secondary Data from the Internet and Primary Data from a Questionnaire of 16 respondents. Data analysis used: Multiple Linear Regression Analysis, Validity Test, Reality Test, Multicollinearity Test, Heteroscedasticity Test, Normality Test, Coefficient of Determination . with Independent Variables, Quality, Price, Location and Environment, namely with Questions 1 to 7 (X) and Dependent Variables, the success of the*

*business is with Results (Y) Experimental results of Validity Test, Reality Test, Multicollinearity Test, Heteroscedasticity Test, Normality and Coefficient Test Determination of Question 1 to Question 7 (X), has an effect on the result (Y). Produces Positive and Valid Values, so that it can be simultaneously accepted that the factors that I have studied have been included in influencing the success of the Food and Beverage Culinary business. Traditional or cheap food or drinks or those commonly sold along the street can also compete with food made by big, well-known companies. like Starbucks donuts.*

**Keywords :** Restaurants, Fragaria, Taste, Cheese, Chocolate, Data Analysis, Goals, Surveys and Questionnaires, Regression Analysis, Internet

## **Latar Belakang**

Apa itu Usaha Kuliner? Usaha kuliner adalah jenis usaha yang dilakukan seseorang namun bergerak dibidang Makanan dan Minuman. Usaha ini merupakan salah satu bisnis yang mudah dilakukan setiap orang. Mengapa? Karena hanya dengan menyanyikan berbagai jenis makanan dan minuman tanpa melalui melalui tahap promosi maka setiap orang yang menginginkannya bisa langsung mampir dan memesan makanan yang diinginkannya. Saat ini atau mungkin sudah sedari dulu bisnis kuliner seakan tidak ada matinya. Maklum saja bisnis ini cukup berpeluang untuk menghasilkan keuntungan.

Usaha kuliner memang tidak mengenal krisis, karena makanan dan minuman merupakan kebutuhan dasar yang harus dipenuhi setiap orang. Saat ini, Usaha kuliner sudah semakin berkembang dan masyarakat lebih membutuhkan makanan yang praktis dalam pembuatan, penyajian, dan cara konsumsinya. Usaha kuliner telah merambah ke berbagai tempat, dari pasar tradisional hingga supermarket atau foodcourt. Jenis kulinernya pun beragam, mulai dari cemilan, minuman, lauk-pauk, atau makanan berat lainnya. Hal tersebut menunjukkan adanya peluang besar memulai usaha kuliner untuk menambah penghasilan, terutama di tengah pandemi seperti saat ini.

Namun beberapa pengusaha masih ada yang belum tau bagaimana cara memulainya hingga sukses. Peluang Usaha kuliner merupakan usaha yang tak akan ada matinya, karena makanan dan minuman merupakan kebutuhan pokok setiap orang. Banyak orang rela pergi jauh hanya untuk merasakan sebuah masakan yang konon rasanya tak ada duanya, apalagi jika diembel-embeli “harganya murah lagi”. Sering bukan mendengar percakapan orang yang dengan berapi-api menceritakan menu makanan yang mereka coba di sebuah warung? Mereka tak peduli seberapa jauhnya, bahkan tak mempermasalahkan berapa harganya, tetapi rasa bumbu di lidah mereka tak pernah terlupakan dan membuat kecanduan. Nah untuk itu, peluang Usaha kuliner sebenarnya sangat besar untuk menuntun anda ke dunia kesuksesan.

Sebelum adanya martabak mini, alangkah baiknya kita mengenal asal mula dari martabak. Pada umumnya, martabak dikenal dengan dua jenis, yakni martabak asin (martabak telur) dan martabak manis. Keduanya memiliki rasa dan bentuk yang berbeda. Martabak asin memiliki rasa yang gurih karena menggunakan bahan baku telur dan daging ayam atau sapi, yang dibalut dengan tepung yang digoreng. Sedangkan martabak manis, berbahan baku tepung terigu yang diolesi mentega, kemudian ditaburi cokelat, keju, atau kacang. Seiring dengan perkembangannya, martabak manis memiliki beragam varian rasa, begitu juga dengan bentuknya. Kini banyak dijual martabak manis dengan ukuran yang kecil, atau lebih dikenal dengan sebutan martabak mini.

Di setiap tempat pun berbeda penamaannya, seperti disebut martabak terang bulan, karena bentuknya yang bulat seperti bulan. Secara umum, martabak mini tidak jauh berbeda dengan martabak manis biasa. Yang membedakan hanyalah ukuran dan peralatan membuatnya.

Secara tekstur dapat dirasakan sangat lembut dan empuk, dan memiliki aneka rasa. Martabak mini dengan cepat menarik minat para penggiat kuliner, karena dengan ukurannya yang kecil, Anda tidak perlu repot-repot memotongnya kembali. Selain itu, harganya cenderung lebih murah dibandingkan martabak manis biasa. Kini martabak mini semakin populer, karena harganya yang terjangkau dan varian rasa yang beraneka ragam.

### **Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui faktor apa saja yang menjadi pengaruh terhadap suksesnya berusaha kuliner makanan dan minuman dengan contoh objeknya yaitu penjual martabak mini, yang akan kita ketahui secara bersama-sama.
2. Untuk memberikan gambaran bahwa usaha kuliner makanan dan minuman memiliki peluang yang cukup besar untuk suksesnya berusaha di sektor makanan dan minuman bagi pengusaha pemula.
3. Untuk memberikan gambaran bahwa Makanan dan Minuman Daerah/Tradisional sangat layak dan tidak kalah dengan makanan dari restoran besar ternama.

### **Tinjauan Pustaka**

Faktor-faktor yang mempengaruhi suksesnya usaha makanan dan minuman dari artikel yang Saya baca :

1. Faktor Kualitas Makanan dan Minuman
2. Faktor Harga
3. Faktor Lokasi dan Lingkungan
4. Aspek lain seperti Usia

Dalam suatu penelitian diperlukan dukungan hasil-hasil penelitian yang telah ada sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian tersebut.

Dari usaha warung HIK, Menurut Penelitian Suriani (2009) ada 5 hal yang harus dipertimbangkan, yaitu: (a) Harga; (b) Kualitas makanan (Citarasa yang khas), (c) Lokasi yang autentik; (d) Fasilitas fisik bangunan yang khas, dan (e) promosi (kemasan dan porsi yang sesuai harga).

Menurut Penelitian Aprillia, (2011) Istilah makanan jajanan tidak jauh dari istilah junk food, fast food, dan street food karena istilah tersebut merupakan bagian dari istilah makanan jajanan.

Menurut Penelitian Winarno, (1993) Makanan jajanan terdiri dari minuman, makanan kecil (kudapan), dan makanan lengkap, didefinisikan sebagai makanan yang siap untuk dimakan atau terlebih dahulu dimasak di tempat penjualan, dan di jual di pinggir jalan, atau tempat umum.

Menurut Penelitian Triwijayati, Armanu & Solimun, (2011) Anak telah memiliki urutan atribut produk yang penting dalam pembelian makanan. Atribut-atribut tersebut adalah rasa, harga, merek dan promosi.

Menurut Penelitian Besra, (2012) Kuliner merupakan salah satu bagian terpenting dari sebuah perjalanan wisata. Wisata kuliner menjadi suatu alternative dalam mendukung potensi wisata alam, wisata budaya, wisata sejarah dan wisata bahari.

Menurut Penelitian Hjalager and Richards, (2002) Makanan lokal adalah hal yang sangat diperlukan dari pengalaman wisata ketika dapat menyajikan kedua aktivitas budaya dan

hiburan.

Menurut Penelitian Hapsari et.al (2008) Faktor harga, lokasi, citra perusahaan, kualitas produk merupakan factor yang dianggap mempengaruhi dalam pengambilan keputusan pembelian konsumen.

### **Kualitas**

Menurut Penelitian Saidani et al., (2013) Kualitas produk merupakan salah satu faktor penting bagi konsumen dalam memiliki warung HIK. Berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan kualitas produk merupakan faktor kunci mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Menurut Penelitian Latiff et al., (2013) yang mengungkapkan bahwa konsumen memiliki kesadaran untuk mempertimbangkan kualitas makanan dan minuman dalam membuat keputusan pembelian.

Menurut Penelitian Sabir et al., (2014) tentang pentingnya kualitas produk dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Menurut Penelitian Islam et al., (2014) Konsumen cenderung akan membandingkan kualitas makanan dan minuman sehingga ini menjadi hal penting untuk mempertahankan keunggulan produk warung HIK untuk dapat mempertahankan eksistensinya.

Menurut Penelitian Andaleeb dan Conway, (2006), Samuel et al., (2007), Jahanshahi et al., (2011) Kualitas produk harus beriringan dengan penentuan harga yang pantas. Harga menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.

Menurut Penelitian Leliana, 2008; Pipes, (1993) Anak mulai menyadari bahwa makanan yang ehat dan bergizi baik untuk kesehatan tubuh mereka, tetapi mereka belum mengetahui lebih lanjut bagaimana proses tersebut dapat berlangsung di dalam tubuh.

Menurut Penelitian BPOM, (2010) jajanan yang sehat seharusnya tersedia baik di rumah, maupun di lingkungan sekolah agar akses anak terhadap jajanan sehat tetap terjamin.

Menurut Penelitian Hang, et al, (2007) Faktor ketersediaan makanan jajanan yang sehat menjadi salah satu faktor dalam menentukan pemilihan makanan jajanan yang sehat pula.

Menurut Penelitian Setyawan, (2014) Lemahnya pengawasan jajanan ini berdampak buruk bagi kesehatan siswa, yang berdampak tidak baik bagi kesehatan tubuhnya dimasa mendatang.

Menurut Penelitian Nies & McEwen, (2011) Tujuan akhir dari upaya ini agar anak anak bisa membuat pilihan makanan yang sehat di lingkungan sekolah.

Menurut Penelitian Suci (2009) tentang pemilihan jajanan terkait rasa menyatakan bahwa 84% responden anak membeli jajanan karena enak rasanya.

Menurut Penelitian Ghanimata (2010) menyatakan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Menurut Penelitian Prasetyo (2015) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di Warung Bambu di Tembalang. Hasil penelitian menyatakan bahwa kualitas produk memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian pada Warung Bambu di Tembalang.

## **Harga**

Menurut Penelitian Abubakar (2005) Harga menjadi lebih penting bagi konsumen sebagai tanda dari apa yang diharapkan.

Menurut Penelitian Kenesei dan Todd (2003), harga memainkan peran penting dalam pemilihan produk karena konsumen selalu mencari informasi dan membandingkan harga antar warung HIK yang ada.

Menurut Penelitian Alfred (2013), diketahui bahwa harga dan kualitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Faktanya, konsumen selalu mempertimbangkan harga dan kualitas dalam membeli.

Menurut Penelitian Fransisca (2010) Jika konsumen merasa cocok dengan harga yang ditawarkan, maka mereka akan cenderung melakukan pembelian ulang untuk produk yang sama.

## **Lokasi dan lingkungan**

Menurut Penelitian Ahmad et al., (2014) yang menunjukkan bahwa harga memiliki hubungan yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Dalam menentukan keputusan pembelian, konsumen selalu membandingkan harga produk yang satu dengan yang lain.

Menurut Penelitian Babin et al., (2005) menegaskan bahwa lingkungan fisik berperan kuat mempengaruhi hubungan positif dengan keputusan konsumen dalam membeli produk kuliner.

Menurut Penelitian Arifin et al., (2011) mengungkapkan, kondisi fisik rumah makan seperti warna, desain, tata lampu dan tata letak berpengaruh nyata terhadap perilaku konsumen.

Menurut Penelitian Arifin et al., (2011) menegaskan bahwa lokasi berpengaruh nyata terhadap keputusan pembelian.

Menurut Penelitian Pecotić, et al., (2014) mengungkapkan, bahwa konsumen bersedia membayar lebih mahal untuk memperoleh kondisi desain interior yang lebih baik.

## **Aspek lain Seperti ( Usia )**

Menurut Penelitian Triwijayati, Armanu & Solimun, (2011) Anak dapat mengambil keputusan antara lain pada saat dan pada apa yang mereka inginkan untuk dimakan.

Menurut Penelitian Safriana (2012) mengemukakan anak-anak usia sekolah sudah cenderung dapat memilih makanan yang disukai dan mana yang tidak.

Dengan demikian maka Faktor yang sangat berpengaruh untuk memulai suatu usaha dibidang kuliner yang telah kita dapatkan dari penelitian penelitian sebelumnya kita jadikan acuan untuk memulai sebagai pengusaha dibidang kuliner makanan dan minuman

## **BAB II**

### **ISI**

#### **METODOLOGI PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan Data Sekunder yang diambil dari sumber Artikel dengan bantuan Internet. Data tersebut adalah data hasil dari Penelitian yang sebelumnya telah dilakukan oleh Peneliti lain melalui baik kuisioner dan wawancara langsung tentang kualitas makanan dan minuman, harga, lokasi dan Data Primer melalui kuisioner untuk mendapatkan data dari penjualan martabak mini. Analisis data yang digunakan :

1. Analisis Regresi Linier Berganda.
2. Uji Validitas
3. Uji Realibilitas
4. Uji Multikoleneartitas
5. Uji Heteroskedastisitas
6. Uji Normalitas
7. Koefisien Determinasi

#### **Populasi dan Sampel**

Jumlah pembeli martabak mini yang membeli sebagai populasi. Berikut Hasil penelitian yang dilakukan dengan menggunakan metode daftar pertanyaan atau kuesioner yang dibagikan kepada responden konsumen yang membeli sebanyak 16 orang yang bisa didapat. Dengan Keterangan :

- Variabel Independen, Kualitas, Harga, Lokasi dan Lingkungan yaitu dengan Pertanyaan1 sampai dengan Pertanyaan7(X)
- Variabel Dependen, Suksesnya berusaha yaitu dengan Hasil (Y)
- Jenis Kelamin, 10 pembeli Wanita dan 6 pembeli Laki-Laki.
- Usia, dibawah 20 Tahun sebanyak 6 orang, 20 s/d 30 Tahun sebanyak 8 Orang dan diatas 30 Tahun sebanyak 2 Orang.
- Status, 7 pelajar/mahasiswa 3 Ibu Rumah Tangga 6 Pekerja.

#### **Jadwal Penelitian**

Jadwal Penelitian yang meliputi Persiapan , Pelaksanaan dan Pelaporan Hasil Penelitian. Jadwal maksimal 4 bulan. Terhitung dari bulan Januari hingga April 2022. Dengan rincian :

- Menentukan judul pada bulan pertama, Januari.
- Melakukan perhitungan-perhitungan untuk apa yang akan diteliti kedepannya, pada bulan kedua, Februari.
- Mengumpulkan Data setelah pada tahap perhitungan sebelumnya pada bulan ketiga dan keempat, Maret dan April.
- Menyelesaikan semuanya dalam bentuk artikel ilmiah pada bulan ketiga dan keempat, Maret dan April.



## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Analisis Regresi Linier Berganda

Metode statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Metode yang menghubungkan satu variabel dependen dengan variabel independen, sesuai hipotesis yang diuji dalam penelitian. Tabel berikut ini akan memperlihatkan hasil dari perhitungan untuk analisis regresi linier berganda dari 16 responden.

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3,918	1,102		-3,555	,007
	Pertanyaan1	,002	,008	,047	,206	,842
	Pertanyaan2	,007	,006	,199	1,130	,291
	Pertanyaan3	,009	,007	,183	1,292	,233
	Pertanyaan4	,009	,006	,174	1,379	,205
	Pertanyaan5	,008	,005	,200	1,587	,151
	Pertanyaan6	,007	,005	,340	1,511	,169
	Pertanyaan7	,010	,007	,423	1,480	,177

a. Dependent Variable: Hasil

**Tabel 1.** Regresi Linier Berganda

Dari hasil perhitungan diatas dapat dibuat sebuah model persamaan regresi linier berganda, yaitu sebagai berikut :

$$Y = -3,918 + 0,002X_1 + 0,007 X_2 + 0,009 X_3 + 0,009 X_4 + 0,008 X_5 + 0,007 X_6 + 0,010 X_7$$

Persamaan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Konstanta sebesar -3,918 artinya jika Pertanyaan1 (X<sub>1</sub>), Pertanyaan2 (X<sub>2</sub>), Pertanyaan3 (X<sub>3</sub>), Pertanyaan 4 (X<sub>4</sub>), Pertanyaan5 (X<sub>5</sub>), Pertanyaan6 (X<sub>6</sub>), Pertanyaan7 (X<sub>7</sub>) adalah 0, maka Hasilnya (Y) nilainya adalah -3,918.
- Koefisien regresi variabel Pertanyaan1 (X<sub>1</sub>) sebesar 0,002, artinya jika Pertanyaan1 mengalami kenaikan 1% maka Hasilnya (Y) akan mengalami Kenaikan sebesar 0,002 atau mengalami Kenaikan sebesar 0,2%.
- Koefisien regresi variabel Pertanyaan2 (X<sub>2</sub>) sebesar 0,007, artinya jika Pertanyaan2 mengalami kenaikan 1% maka Hasilnya (Y) akan mengalami Kenaikan sebesar 0,007 atau mengalami Kenaikan sebesar 0,7%.
- Koefisien regresi variabel Pertanyaan3 (X<sub>3</sub>) sebesar 0,009, artinya jika Pertanyaan3 mengalami kenaikan 1% maka Hasilnya (Y) akan mengalami Kenaikan sebesar 0,009 atau mengalami Kenaikan sebesar 0,9%.
- Koefisien regresi variabel Pertanyaan4 (X<sub>4</sub>) sebesar 0,009, artinya jika Pertanyaan4 mengalami kenaikan 1% maka Hasilnya (Y) akan mengalami Kenaikan sebesar 0,009 atau mengalami Kenaikan sebesar 0,9%.
- Koefisien regresi variabel Pertanyaan5 (X<sub>5</sub>) sebesar 0,008, artinya jika Pertanyaan5

mengalami kenaikan 1% maka Hasilnya (Y) akan mengalami Kenaikan sebesar 0,008 atau mengalami Kenaikan sebesar 0,8%.

- g. Koefisien regresi variabel Pertanyaan6 (X6) sebesar 0,007, artinya jika Pertanyaan6 mengalami kenaikan 1% maka Hasilnya (Y) akan mengalami Kenaikan sebesar 0,007 atau mengalami Kenaikan sebesar 0,7%.
- h. Koefisien regresi variabel Pertanyaan7 (X7) sebesar 0,010, artinya jika Pertanyaan7 mengalami kenaikan 1% maka Hasilnya (Y) akan mengalami Kenaikan sebesar 0,010 atau mengalami Kenaikan sebesar 1%.

## Uji Validitas

		Correlations							
		Pertanyaan1	Pertanyaan2	Pertanyaan3	Pertanyaan4	Pertanyaan5	Pertanyaan6	Pertanyaan7	Hasil
Pertanyaan1	Pearson Correlation	1	,287	,532*	-,017	,130	,251	,773**	,637**
	Sig. (2-tailed)		,281	,034	,950	,631	,349	,000	,008
	N	16	16	16	16	16	16	16	16
Pertanyaan2	Pearson Correlation	,287	1	,017	,017	-,130	,722**	,601*	,692**
	Sig. (2-tailed)	,281		,950	,950	,631	,002	,014	,003
	N	16	16	16	16	16	16	16	16
Pertanyaan3	Pearson Correlation	,532*	,017	1	-,231	,022	-,079	,333	,289
	Sig. (2-tailed)	,034	,950		,390	,937	,770	,207	,277
	N	16	16	16	16	16	16	16	16
Pertanyaan4	Pearson Correlation	-,017	,017	-,231	1	,022	,284	,128	,289
	Sig. (2-tailed)	,950	,950	,390		,937	,287	,636	,277
	N	16	16	16	16	16	16	16	16
Pertanyaan5	Pearson Correlation	,130	-,130	,022	,022	1	-,315	-,108	,035
	Sig. (2-tailed)	,631	,631	,937	,937		,234	,691	,898
	N	16	16	16	16	16	16	16	16
Pertanyaan6	Pearson Correlation	,251	,722**	-,079	,284	-,315	1	,670**	,750**
	Sig. (2-tailed)	,349	,002	,770	,287	,234		,005	,001
	N	16	16	16	16	16	16	16	16
Pertanyaan7	Pearson Correlation	,773**	,601*	,333	,128	-,108	,670**	1	,868**
	Sig. (2-tailed)	,000	,014	,207	,636	,691	,005		,000
	N	16	16	16	16	16	16	16	16
Hasil	Pearson Correlation	,637**	,692**	,289	,289	,035	,750**	,868**	1
	Sig. (2-tailed)	,008	,003	,277	,277	,898	,001	,000	
	N	16	16	16	16	16	16	16	16

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

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

**Tabel 2.** Uji Validitas

Dari tabel pengujian Validitas diatas dapat dilihat bahwa, hasil dari variabel Pertanyaan1 Sampai dengan Pertanyaan7 dan hasil menghasilkan beberapa Pertanyaan yang Valid (yang mendapatkan hasil Pearson Correlation bintang 2) seperti :

- Pertanyaan1 dengan Pertanyaan7 dan Hasil
- Pertanyaan2 dengan Pertanyaan6 dan Hasil
- Pertanyaan6 dengan Pertanyaan2, Pertanyaan7 dan Hasil
- Pertanyaan7 dengan Pertanyaan1, Pertanyaan6 dan Hasil
- Dan dihasil juga tertera Pertanyaan1, Pertanyaan2, Pertanyaan6 dan Pertanyaan7

## Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,676	8

**Tabel 3.** Uji Reliabilitas

Dari tabel pengujian Reliabilitas diatas dapat dilihat bahwa, variabel Pertanyaan1 Sampai dengan Pertanyaan7 dan hasil menghasilkan Nilai 0,676. Dengan nilai Cronbach's Alpha diatas 0,6 maka variabel Pertanyaan1 Sampai dengan Pertanyaan7 dan hasil, telah memenuhi nilai batas dan dapat dinyatakan reliable serta layak untuk dijadikan pertanyaan untuk Responden.

## Uji Multikolenearitas

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-3,918	1,102		-3,555	,007		
	Pertanyaan1	,002	,008	,047	,206	,842	,235	4,249
	Pertanyaan2	,007	,006	,199	1,130	,291	,403	2,480
	Pertanyaan3	,009	,007	,183	1,292	,233	,624	1,603
	Pertanyaan4	,009	,006	,174	1,379	,205	,784	1,275
	Pertanyaan5	,008	,005	,200	1,587	,151	,788	1,270
	Pertanyaan6	,007	,005	,340	1,511	,169	,246	4,057
	Pertanyaan7	,010	,007	,423	1,480	,177	,153	6,543

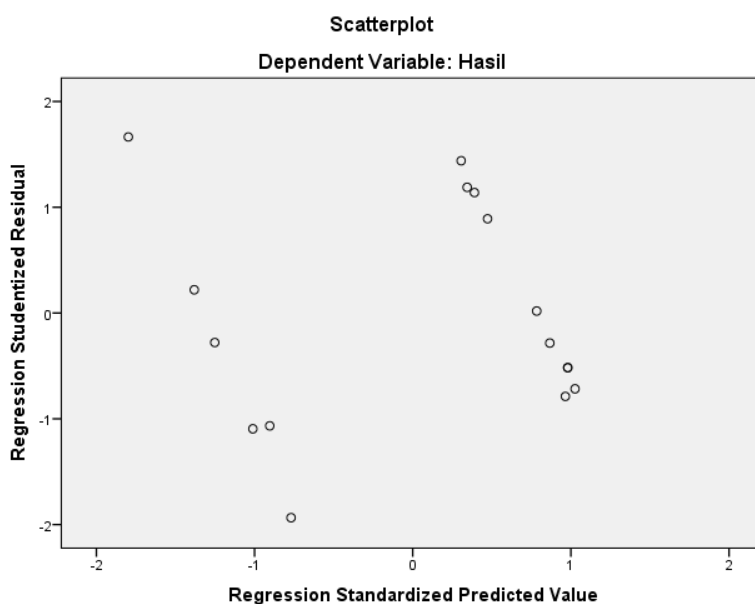
**Tabel 4.** Uji Multikolenearitas

Pedoman keputusan berdasarkan nilai tolerance:

- Jika nilai tolerance lebih besar dari 0,10 maka artinya tidak terjadi multikolinieritas
  - Jika nilai tolerance lebih kecil dari 0,10 maka artinya terjadi multikolinieritas
- Pedoman keputusan berdasarkan VIF (Variance Inflation Factor):
- Jika nilai VIF < 10,00 maka tidak terjadi multikolinieritas
  - Jika nilai VIF > 10,00 maka artinya terjadi multikolonieritas dalam model regresi
- Mengacu pada dasar pengambilan keputusan dalam uji multikolenearitas dapat disimpulkan.

Dari tabel pengujian Koefisien Determinasi diatas dapat dilihat bahwa, memperlihatkan Uji Multikolenearitas terhadap masing-masing variabel independen dengan variabel dependen, diperoleh hasil VIF Tujuh variabel independen di bawah angka 10 dan memiliki angka toleransi lebih besar dari 0,10 pada semua variabel. Maka kesimpulannya adalah model regresi tersebut tidak terdapat multikolenearitas.

## Uji Heteroskedastisitas

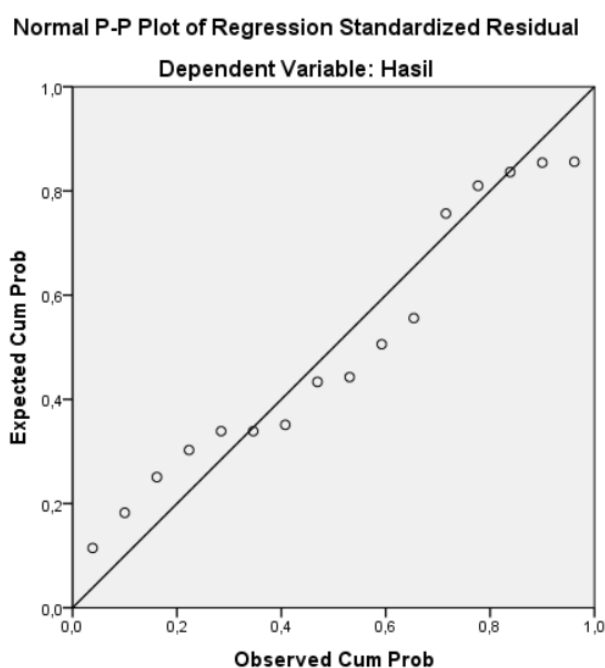


**Tabel 5.** Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dapat dilihat berdasarkan hasil graphical test of equal variance pada Tabel 5. dari Tabel 5 tersebut terlihat bahwa data dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas karena menyebar titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y.

## Uji Normalitas

### Charts



**Tabel 6.** Uji Normalitas

Pengujian normalitas pada Gambar 2 pada penelitian ini menggunakan grafik, dengan

melihat penyebaran yang terjadi apakah menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal atau tidak. Hasil yang didapatkan untuk penelitian ini adalah berdistribusi normal, karena menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal.

### Koefisien Determinasi

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,949 <sup>a</sup>	,900	,813	,216	1,902

a. Predictors: (Constant), Pertanyaan7, Pertanyaan5, Pertanyaan4, Pertanyaan3, Pertanyaan2, Pertanyaan6, Pertanyaan1

b. Dependent Variable: Hasil

**Tabel 6.** Koefisien Determinasi

Dari tabel pengujian Koefisien Determinasi diatas dapat dilihat bahwa, variabel Pertanyaan1 Sampai dengan Pertanyaan7 dan hasil menghasilkan nilai koefisien determinasi sebesar 0,900. Artinya 90,0% variabel terikat dijelaskan oleh variable bebas dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel yang digunakan. Dengan demikian model regresi linier berganda ini layak dipakai dalam penellitian, karena sebagian besar variabel terikat dijelaskan oleh variabel-variabel bebas yang digunakan dalam model.

## BAB III PENTUP

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai anlisis pengaruh faktor-faktor suksesnya usaha kuliner makanan dan Minuman dapat ditarik kesimpulan :

1. variabel Kualitas, Harga, Lokasi dan Lingkungan dari Pertanyaan1 sampai dengan Pertanyaan7 (X), berpengaruh terhadap Suksesnya usaha atau hasil (Y).
2. Hasil percobaan Analisis Regresi Linier Berganda. Pertanyaan1 sampai dengan Pertanyaan7 (X), berpengaruh terhadap hasil (Y). Menghasilkan Nilai yang positif, Sehingga dapat diterima bahwa Kualitas, Harga, Lokasi dan Lingkungan merupakan faktor yang sangat berpengaruh.
3. Hasil percobaan Uji Validitas. Pertanyaan1 sampai dengan Pertanyaan7 (X), berpengaruh terhadap hasil (Y). Menghasilkan Nilai yang dimana setengahnya lebih dikatakan Valid, Sehingga masih dapat diterima bahwa Kualitas, Harga, Lokasi dan Lingkungan merupakan faktor yang sangat berpengaruh.
4. Hasil percobaan Uji Realibilitas. Pertanyaan1 sampai dengan Pertanyaan7 (X), berpengaruh terhadap hasil (Y). Menghasilkan Nilai yang Positif dimana sesuai dengan batas yang ditentukan yaitu 0,6, Sehingga dapat diterima bahwa Kualitas, Harga, Lokasi dan Lingkungan merupakan faktor yang sangat berpengaruh.
5. Hasil percobaan Uji Multikoleneartitas. Pertanyaan1 sampai dengan Pertanyaan7 (X), berpengaruh terhadap hasil (Y). Menghasilkan Nilai yang Positif dimana variabel yang

berkorelasi kuat dengan variabel lainnya di dalam model, Sehingga dapat diterima bahwa Kualitas, Harga, Lokasi dan Lingkungan merupakan faktor yang sangat berpengaruh.

6. Hasil percobaan Uji Heteroskedastisitas. Pertanyaan1 sampai dengan Pertanyaan7 (X), berpengaruh terhadap hasil (Y). Menghasilkan Nilai yang positif terlihat bahwa penyebaran data dari waktu ke waktu selalu konsisten. nah itu yang diharapkan. kondisi seperti itu adalah kondisi data yang homoskedastis, Sehingga dapat diterima bahwa Kualitas, Harga, Lokasi dan Lingkungan merupakan faktor yang sangat berpengaruh.
7. Hasil percobaan Uji Normalitas. Pertanyaan1 sampai dengan Pertanyaan7 (X), berpengaruh terhadap hasil (Y). Menghasilkan Nilai yang Positif dimana titik titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal, Sehingga dapat diterima bahwa Kualitas, Harga, Lokasi dan Lingkungan merupakan faktor yang sangat berpengaruh.
8. Hasil percobaan Koefisien Determinasi. Pertanyaan1 sampai dengan Pertanyaan7 (X), berpengaruh terhadap hasil (Y). Menghasilkan Nilai yang Positif dimana menghasilkan 0,900 atau 90 % yang hampir akurat 100%, Sehingga dapat diterima bahwa Kualitas, Harga, Lokasi dan Lingkungan merupakan faktor yang sangat berpengaruh.

## Saran

Secara simultan bahwa faktor faktor yang telah Saya teliti sudah termasuk dalam berpengaruh terhadap suksesnya usaha Kuliner Makanan dan Minuman. Pada ukm Martabak mini pun juga berpeluang besar untuk menjadi usaha yang besar ternama walaupun hanya makanan biasa atau tradisional. Makanan atau minuman Tradisional atau murah atau yang biasa dijual disepanjang jalan juga bisa bersaing terhadap makanan yang dibuat perusahaan besar ternama. seperti donatnya Starbuck. Ukm Donat di sepanjang jalan atau tempat ramai pun memiliki kualitas yang sama dengan perusahaan tersebut. Menikmati makanan yang sama tapi di tempat perusahaan besar memakan karena gaya hidup yang tinggi padahal kondisi pas pasan. begitu juga dengan UKM martabak, disekitaran jalanpun sudah begitu hampir sempurna dan menjadi perusahaan besar yang berbahan Martabak.

## Daftar Pustaka

- Mangifera, L., Isa, M., & Wajdi, M. F. (2018). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pemilihan Kuliner di Kawasan Wisata Alam Kemuning. *Jurnal Manajemen Dayasaing*, 20(1).
- Iklima, N. (2017). Gambaran pemilihan makanan jajanan pada anak usia sekolah dasar. *Jurnal Keperawatan BSI*, 5(1).
- Isa, M., Mardalis, A., & Mangifera, L. (2018). Analisis Keputusan Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Makanan dan Minuman di Warung Hik. *Jurnal Manajemen Dayasaing*, 20(1).
- Ritonga, Z. (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Pembelian Makanan Jajanan Tradisional di Kelurahan Perdamean. *ECOBISMA (Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen)*, 4(2), 13-21.
- Setyapradana, D. A., & Wahyuningsih, Y. (2021). Analisis Faktor-Faktor Penggunaan E-Commerce Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) Bidang Kuliner di Kabupaten Lamongan. *Journal Of Economics, Management, and Business Research*, 2(2).

- Nafali, M., & Soepeno, D. (2016). Analisis Pengaruh Faktor-faktor Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Mie Instan merek Indomie. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 4(4).
- Meilani, Y. F. C. P., & Simanjuntak, S. (2012). Faktor yang mempengaruhi minat beli produk makanan dan minuman usaha kecil menengah kabupaten Tangerang. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 14(2), 164-172.
- Mandala, E. (2021, Juni 6). *Bisnis Kuliner : Konsep, Alasan dan Cara Memulainya*. Diambil kembali dari Pinhome: <https://www.pinhome.id/blog/bisnis-kuliner-konsep-alasan-dan-cara-memulainya/>
- Ananda, F. R. (2021, April 27). *Ini Alasan Bisnis Kuliner Jadi Pilihan Peluang Usaha Menjanjikan*. Diambil kembali dari okefinance: <https://economy.okezone.com/read/2021/04/26/455/2400875/ini-alasan-bisnis-kuliner-jadi-pilihan-peluang-usaha-menjanjikan>
- Prochiz. (2021). *Martabak Mini yang Mini tapi Lezat*. Diambil kembali dari Prochiz: <https://www.prochiz.com/id/tip/mini-martabak-mini-but-mighty-2/>
- Abubakar, R. (2005). Pengaruh pelaksanaan bauran pemasaran terhadap proses keputusan pembelian konsumen pada jamu di Banda Aceh. *Jurnal Sistem Teknik Industri*, 6(3), 54-62.
- Ahmad, A., Noor, S. M., & Wel, C. A. C. (2014). Factors influencing consumers' purchase decision of private label brand products. *International Journal of Economic Practices and Theores*, 4(2), 101-110.
- Alfred, O. (2013). Influences of price and quality on consumer purchase of mobile phone in the Kumasi metropolis In Ghana a comparative study. *European Journal of Business and Management*, 5(1), 179-199.
- Andaleeb, S.S., & Conway, C., (2006). Customer satisfaction and the restaurant industry an examination of the transaction-specific model. *Journal of Services Marketing*, 20(1), 3-11.
- Aprillia, B.A. 2011. Faktor Yang Berhubungan Dengan Pemilihan Makanan Jajanan Pada Anak Usia Sekolah Dasar. [http://eprints.undip.ac.id/32606/1/403\\_Bondika\\_Ariandani\\_april\\_lia\\_G2C007016.pdf](http://eprints.undip.ac.id/32606/1/403_Bondika_Ariandani_april_lia_G2C007016.pdf) . Semarang : UNDIP. [diakses 8 Januari 2015].
- Ariffin, H.F., Bibon, M.F., & Abdullah, R.P.S. R. (2011). Restaurant's atmospheric elements: what the customer wants. *Journal of Asian Behavioural Studies*, 1(2), 33-43.
- Babin, B.J., Lee, Y., Kim, E., Griffin, M., (2005). Modeling consumer satisfaction and word of-mouth: restaurant patronage in Korea. *Journal of Services Marketing*. 19(3), 133-139.
- Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia (BPOM). 2010. Jajanan Anak sekolah. Sistem Keamanan Pangan Terpadu 2010; 1. <http://www.pom.go.id/> [diakses 17 Januari 2015].
- Ghanimata, Fifyanita dan Mustafa Kamal, 2012. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hang CM, Lin W, Yang HC, Pan WH. 2007. The relationship between snack intake and its availability of 4th-6th graders in Taiwan. *Jornal Asia Pac J Clin Nutr* 2007;16. p. 547-553.
- Islam, Md. M., Islam, M. M., Azim, A. Y. M. A., Anwar, Md. R. & Uddin, Md. M. (2014). Customer perceptions in buying decision towards Bangladeshi local apparel products. *European Scientific Journal*, 10(7), 482-497.
- Kenesei, Z. & Todd, S. (2003). The use of price in the purchase decision. *Journal of Empirical*

- Generalisations in Marketing Science, 8, 1-21. Kotler, P. & Gary, A. (2007). Principles of marketing. Prentice-Hall International, Inc: New Jersey.
- Latiff, Z.A., Mohamed, Z.A., Rezai, G. & Kamaruzzaman. (2013). The impact of food labeling On purchasing behavior among non-muslim consumers in Klang Valley. Australian Journal of Basic and Applied Sciences, 7(1), 124-128.
- Leliana, I. 2008. Faktor-faktor yang Berhubungan dengan Konsumsi Suplemen Makanan pada Anak Sekolah Kelas IV dan V Di SD Islam Al-Husnah Bekasi Seletan Tahun 2008. <http://lib.ui.ac.id/file?file=digital/126593-S-5364-Faktor-faktor%20yang-Pendahuluan.pdf>. Depok : UI. [diakses 10 Januari 2015].
- Nies, M.A. & McEwen, M. 2011. Comumunity/publick health nursing: promoting the health of populations. USA ; ELSEVIER.
- Pecotić, M. Bazdan, V. & Masardžija, J. (2014). Interior design in restaurants as a factors influencing customer satisfaction. RIThink, 4, 10-14.
- Sabir, R.I., Ghafoor, O., Hafeez, I., Akhtar, N., & Rehman, A.U. (2014). Factors affecting customers satisfaction in restaurant industr y in Pakistan. International Review of Management and Business Research. 3(2):869-876.
- Safriana. 2012. Perilaku Memilih Jajanan Pada Siswa Sekolah Dasar di SDN Garong Kecamatan Daruk Imarah Kabupaten Aceh Besar Tahun 2012. [http://lib.ui.ac.id/file?file=digital/20314062-S\\_Safriana.pdf](http://lib.ui.ac.id/file?file=digital/20314062-S_Safriana.pdf). Depok: UI. [diakses 8 Januari 2015].
- Saidani, B., Rachman, M. A. & Rizan, M. (2013). Pengaruh kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga futsal adidas di wilayah Jakarta Timur. Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia, 4(2), 201-217.
- Setyawan, T. 2014. Satu Persepsi Pengawasan Jajanan Makanan Sehat Di Sekolah. [http://www.kpai.go.id/artikel/satu-persepsi-pengawasan-jajanan makanan-sehat-di-sekolah/](http://www.kpai.go.id/artikel/satu-persepsi-pengawasan-jajanan-makanan-sehat-di-sekolah/).
- Suci. 2009. Gambaran Perilaku jajan Murid Sekolah Dasar di Jakarta. Vol 1, no 1, 29-38. Jakarta; Universitas Katolik Atma Jaya Jakarta.
- Triwijayati, A, Armanu, D.H.W, & Solimun. 2011. Kompetensi Anak Dalam Mengambil Keputusan Konsumsi Serta Regulasi dan Pemberdayaan Konsumen Anak Dalam Mengonsumsi Makanan Jajanan. Jurnal. Vol 10, No 2, Juni 2012, hal 318-328, <http://jurnaljam.ub.ac.id/index.p>
- Winarno, F.G . 1993. Makanan Jajanan. Laporan Akhir Proyek Makanan jajanan. Bogor: Institut pertanian Bogor.