

Pengaruh Keragaman Menu, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Yamyam di Kediri

Aliya Fauziah Firulla Bahril Wahdah

Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Islam Kediri

Bambang Suwarsono

Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kediri

Brahma Wahyu Kurniawan

Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kediri

Alamat: Jl. Sersan Suharmaji No. 38, Manisrenggo, Kec. Kota, Kota Kediri

Korespondensi penulis: aliyafauziah664@gmail.com

Abstract. *Very tight competition in the culinary world makes entrepreneurs have to think about what consumers want, including looking at the variety of menus, prices, and locations. The researcher chose Yamyam Restaurant based on several considerations. The purpose of this research is to explain the effect of menu diversity, price, and location partially and simultaneously on purchasing decisions at Yamyam. The research uses quantitative methods. The population taken was 1,277 consumers using Non Probability techniques. The Slovin formula was used for the sample obtained which was 93 respondents. Data processing was conducted with the SPSS program. The results of this study show that menu diversity, prices, and locations have a significant simultaneous effect on purchasing decisions at Yamyam.*

Keywords: *menu diversity, price, location, purchasing decisions.*

Abstrak. Persaingan yang sangat ketat dalam dunia kuliner membuat pengusaha harus memikirkan apa yang diinginkan oleh konsumen, termasuk melihat dari keragaman menu, harga dan lokasi. Peneliti memilih Rumah Makan Yamyam berdasarkan pertimbangan-pertimbangan yang ada. Tujuan penelitian adalah untuk menjelaskan pengaruh keragaman menu, harga, dan lokasi secara parsial dan secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Yamyam. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi yang diambil sejumlah 1.277 konsumen menggunakan teknik *Non Probability*. Sampel yang diperoleh sejumlah 93 responden menggunakan rumus slovin. Pengolahan data menggunakan program SPSS. Hasil dari penelitian ini adalah keragaman menu, harga, dan lokasi berpengaruh signifikan secara simultan antara terhadap Keputusan Pembelian pada Yamyam.

Kata kunci: Keragaman Menu, Harga, Lokasi, Keputusan Pembelian.

LATAR BELAKANG

Perkembangan bisnis usaha kuliner dapat dilihat dari semakin banyaknya rumah makan yang bermunculan, baik itu yang menjual makanan cepat saji maupun rumah makan biasa. Disamping itu banyak juga orang yang memilih rumah makan yang biasa saja namun dapat memuaskan kebutuhan konsumen dengan makanan yang disajikan. Kondisi persaingan dunia usaha saat ini membutuhkan inovasi dari setiap pengusaha yang ingin bersaing dengan pesaing dan bertahan melawan pesaing. Ia membangun bisnis usaha ini ketika masih di bangku kuliah. Yamyam mempunyai dua gerai yang terdapat di ngronggo dan pusatnya berada di manisrenggo. Yamyam mempunyai rencana untuk membuat rumah makannya dengan

Received Juni 30, 2023; Revised Juli 2, 2023; Accepted Agustus 25, 2023

* Aliya Fauziah Firulla Bahril Wahdah, aliyafauziah664@gmail.com

menggunakan sistem waralaba. Yamyam mempunyai menu inovasi yaitu ayam ungkep yang digoreng krispi dan burger nasi yang berisikan nasi, ayam krispi, serta sambal matah, ada juga varian yang berisi kulit. Disamping itu keragaman produk yang menunjukkan lebih banyak pilihan yang tersedia, kemungkinan terpenuhinya kebutuhan itu lebih besar, sehingga para konsumen tidak butuh membuang waktu dan tenaga untuk mencari produk yang sesuai dengan keinginannya. Rumah Makan Yamyam menyediakan berbagai menu. Tersedia makanan seperti, ayam geprek, ayam krispi, burger nasi, rice bowl. Tersedia juga minuman seperti es teh, thai tea, milo, air mineral. Yamyam juga menerima pesanan online maupun offline. Yamyam melayani pesanan dalam jumlah besar yang biasanya untuk acara. Karena Yamyam memiliki harga yang relatif terjangkau biasanya banyak mahasiswa yang memutuskan untuk membeli. Tidak hanya dari kalangan mahasiswa biasanya juga banyak dari kalangan orangtua dan pelajar juga. Yamyam biasanya memberikan potongan harga pada tanggal tertentu. Tak hanya keragaman menu dan harga melainkan ada faktor lain yang tidak kalah penting dalam keputusan pembelian adalah lokasi. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh secara parsial keragaman menu, harga. Dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada Yamyam. Untuk menjelaskan pengaruh keragaman menu, harga, dan lokasi secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Yamyam. Sebuah penelitian yang pernah dilakukan oleh Firdaus Ikrar Cholik, dkk (2022) menunjukkan adanya hubungan keragaman menu berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian yang pernah dilakukan oleh Mohammad Alfhinne Noerhamzah, dkk (2021) menunjukkan lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sedangkan penelitian yang pernah dilakukan oleh Auli Asfahani, dkk (2021) mengemukakan bahwa lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Firdaus Ikrar Cholik, dkk (2022) turut menyampaikan bahwa harga juga dapat berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Berbeda dengan penelitian dari Firdaus Ikrar Cholik, dkk (2022), penelitian yang dilakukan oleh Angga Kusuma Adi Mukti, dkk (2023) menemukan bahwa harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

KAJIAN TEORITIS

1) Keragaman Menu

Kotler (dalam Mubayyanah et al., 2019:58) menyatakan bahwa Kelengkapan produk adalah tersedianya semua jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki, digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen yang dihasilkan oleh suatu produsen. Sedangkan (dalam

Suryanikahsari Rizky, 2021:16), Kotler menyatakan bahwa keragaman menu adalah kumpulan dari semua produk dan barang yang dijual belikan oleh penjual kepada pembeli. Dalam jurnalnya Erlis dkk (2020), Kotler dkk mengungkapkan Indikator keragaman menu adalah: 1) Varian, 2) Inovasi menu, 3) Selera, 4) Porsi

2) Harga

Kotler dkk (Mubayyanah *et al.*, 2019:59) menyatakan bahwa harga adalah salah satu bagian yang penting dalam kegiatan marketing mix. Karena harga merupakan faktor utama yang menentukan posisi dan harus diputuskan sesuai pasar sasarannya, bauran ragam produk dan pelayanan, serta kondisi persaingan. Harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk produk atau jasa, lebih jauh lagi harga adalah jumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang dan jasa. Kotler dan Armstrong (dalam Ariningtyas and Rachmawati K, 2020:117) menyatakan bahwa indikatornya adalah: 1) Harga sesuai dengan kemampuan konsumen untuk membeli; 2) Harga sesuai dengan produk yang ditawarkan; 3) Harga kompetitif bila dibandingkan dengan tempat lain.

3) Lokasi

Menurut Huriyati (dalam Hardiansyah, 2021:14) lokasi merupakan tempat untuk melakukan pelayanan jasa yang digunakan untuk memasok jasa kepada pelanggan yang akan dituju. Sedangkan, Utami (dalam Hardiansyah, 2021:14) pengertian lokasi yaitu tempat dimana sebuah perusahaan didirikan atau berada. Pemilihan Faktor lokasi dijadikan pertimbangan oleh konsumen untuk sebuah keputusan pembelian. Adapun beberapa Indikator lokasi menurut Fure (dalam Hardiansyah, 2021:18) yaitu: 1) Ketersediaan lahan parkir; 2) Memiliki tempat yang cukup luas; 3) Lokasi pasar dilalui banyak alat transportasi; 4) Lokasi yang strategis.

4) Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual. Definisi mengenai keputusan pembelian menurut, Kotler (dalam Hardiansyah, 2021:31) keputusan membeli yaitu beberapa tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian suatu produk. Menurut Kotler dan Keller (dalam Hardiansyah, 2021:34), ada tiga indikator keputusan pembelian yaitu: 1) Kemantapan pada sebuah produk; 2) Kebiasaan dalam membeli produk; 3) Memberikan rekomendasi pada orang lain; 4) Melakukan pembelian ulang.

Hipotesis

H1: Terdapat pengaruh Keragaman menu terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

H2: Terdapat pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

H3: Terdapat pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

H4: Terdapat pengaruh Keragaman Menu, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan yang diperoleh dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik. Menurut Sugiyono (2022:8) metode penelitian Kuantitatif yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu.

Lokasi Penelitian

Rumah Makan Yamyam, Jl. Sersan Suharmaji No.32, Manisrenggo, Kec. Kota, Kota Kediri, Jawa Timur 64129.

Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2022:80), definisi populasi yaitu wilayah generalisasi yang terdiri atas; obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Maka populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang pernah melakukan pembelian di Yamyam Kediri. Populasi konsumen pada Yamyam berjumlah 1.277 konsumen. Menurut Sugiyono (2022:81) sampel yaitu bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Penentuan jumlah sampel ini berdasarkan jumlah konsumen yang diperkirakan selama tiga bulan di Yamyam Kediri yaitu 1.277 konsumen. Maka penentuan jumlah sampel menggunakan rumus slovin mendapatkan hasil sebanyak 93 responden.

Teknik Pengambilan Sampel

Menggunakan metode *non-probability sampling* dengan menggunakan *teknik*

sampling incidental untuk pengambilan jumlah responden. Menurut Sugiyono (2022:85) *sampling incidental* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan menjadi sampel, apabila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Penentuan Jumlah sampel

Penentuan jumlah sampel ini berdasarkan jumlah konsumen yang diperkirakan selama satu bulan di Yamyam Kediri yaitu 1.277 konsumen. Maka penentuan jumlah sampel menggunakan rumus slovin. Menurut Sugiyono (Suryanikahsari Rizky, 2021) menggunakan rumus slovin untuk menentukan jumlah sampel dan mendapatkan hasil sebesar 93 responden.

Teknik Pengumpulan

1. Observasi
2. Wawancara
3. Kuesioner
4. Studi Pustaka

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Instrumen

1. Uji Validitas Keragaman Menu

Berdasarkan hasil uji validitas yang dilakukan pada item variabel keragaman menu diperoleh nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan $r_{hitung} > r_{tabel}$, sehingga kuesioner pada variabel keragaman menu dinyatakan valid.

2. Uji Validitas Harga

Berdasarkan hasil uji validitas yang dilakukan pada item variabel harga diperoleh nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan $r_{hitung} > r_{tabel}$, sehingga kuesioner pada variabel harga dinyatakan valid.

3. Uji Validitas Lokasi

Berdasarkan hasil uji validitas yang dilakukan pada item variabel lokasi diperoleh nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan $r_{hitung} > r_{tabel}$, sehingga kuesioner pada variabel lokasi dinyatakan valid.

4. Uji Validitas Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji validitas yang dilakukan pada item variabel keputusan

pembelian diperoleh nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan $r_{hitung} > r_{tabel}$, sehingga kuesioner pada variabel keputusan pembelian dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Hasil dari nilai uji reliabilitas tersebut, yang dilakukan pengulangan untuk masing-masing variabel dalam penelitian ini dapat diketahui angka terkecil yaitu $0,796 > 0,60$, yang artinya jika hasil uji reliabilitas memenuhi kriteria, karena nilai *cronch's Alpha* > Standar Reliabilitas 0,60, sehingga dinyatakan bahwa setiap variabel yang digunakan pada penelitian ini Reliabel.

Uji Prasyarat Analisis

1. Uji Normalitas

Hasil dari uji normalitas dengan kolmogorov-smirnov dengan nilai residual diperoleh nilai asymp. Sig (2-tailed) sebesar $0,200 > 0,05$, sehingga data pada penelitian ini berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas pada variabel gaya hidup, kualitas pelayanan, dan persepsi harga memiliki nilai Tolerance diatas 0,10, sehingga dalam model ini tidak terdapat masalah multikolinearitas.

3. Uji Heterokedastisitas

Hasil uji heterokedastisitas menggunakan metode scatter plot ditunjukkan bahwa plot atau titik menyebar secara acak dan tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Regression Standardized Predicted Value. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi ini tidak terjadi heterokedastisitas.

4. Uji Linearitas

Hasil uji linearitas pada variabel keragaman menu, harga, dan lokasi diperoleh nilai signifikan $F > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini bersifat linear.

Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil uji analisis regresi linear berganda yang dilakukan pada penelitian ini, dapat dituliskan persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = -1,026 + 0,090 X_1 + 0,642 X_2 + 0,230 X_3$$

Dari persamaan regresi diatas, maka dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Jika tidak ada pengaruh dari X_1, X_2 , dan X_3 terhadap Y , maka nilai $Y = -1,026$. Konstanta sebesar -1,026, diketahui nilai Keragaman Menu (X_1), Harga (X_2), Lokasi (X_3), terhadap

Keputusan Pembelian (Y) nilainya sebesar -1,026.

- 2) Koefisien Keragaman Menu (X1) sebesar 0,090 artinya bahwa setiap kenaikan satu satuan Keragaman Menu (X1), akan meningkatkan Keputusan Pembelian sebesar 0,090 satuan.
- 3) Koefisien Harga (X2) sebesar 0,642 artinya bahwa setiap kenaikan satu satuan Harga (X2), akan meningkatkan Keputusan Pembelian sebesar 0,642 satuan.
- 4) Koefisien Lokasi (X3), sebesar 0,230 artinya bahwa setiap kenaikan satu satuan Lokasi (X3), akan meningkatkan Keputusan Pembelian sebesar 0,230 satuan.

Uji Hipotesis

Berdasarkan hasil uji t yang dilakukan, variabel keragaman menu mempunyai sig. t $0,441 > 0,05$ ada pengaruh yang tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Yamyam

Variabel harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Yamyam. Sesuai dengan penghitungan tersebut dapat diketahui nilai signifikansi sebesar 0,000. Sesuai dengan jika nilai sig. $< 0,05$ maka artinya variabel X berpengaruh terhadap variabel Y, $0,000 < 0,05$.

Variabel lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Yamyam. Sesuai dengan penghitungan tersebut dapat diketahui nilai signifikansi sebesar $0,032 < 0,05$ maka dapat dikatakan pada hipotesis yang kedua atau variabel X3 yaitu Lokasi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Uji F (simultan)

Variabel keragaman menu, harga, dan lokasi mempunyai sig. F $0,000 < 0,05$ sehingga dari perbandingan pada uji signifikansi dapat dinyatakan hipotesis diterima. Jadi variabel keragaman menu, harga, dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.

Uji Koefisien Determinan (R^2)

Hasil uji dapat diketahui nilai R^2 sebesar 0,614 jika dikonfersi menuju persen menjadi 61,4%. Jika pengaruh antara keragaman menu, harga, dan lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Yamyam sebesar 61,4%, selebihnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, misalnya fasilitas, promosi, dankualitas pelayanan.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Secara Parsial Keragaman Menu Terhadap Keputusan Pembelian

Hipotesis pertama menunjukkan bahwa Keragaman Menu berpengaruh tetapi tidak signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Yamyam di Kediri. Sesuai dengan penghitungan tersebut dapat diketahui nilai signifikansi sebesar 0,441. Sesuai dengan jika nilai sig. $> 0,05$ maka artinya variabel X berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap variabel Y, $0,441 > 0,05$ maka dapat dikatakan pada hipotesis yang pertama atau variabel Keragaman Menu berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Yamyam di Kediri

Hipotesis kedua bahwa ada pengaruh yang signifikan antara harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Yamyam. Sesuai dengan penghitungan tersebut dapat diketahui nilai signifikansi sebesar 0,000. Sesuai dengan jika nilai sig. $< 0,05$ maka artinya variabel X berpengaruh terhadap variabel Y, $0,000 < 0,05$ maka dapat dikatakan pada hipotesis yang kedua atau variabel X2 yaitu Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

3. Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian

Hipotesis ketiga bahwa ada pengaruh yang signifikan antara lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Yamyam. Sesuai dengan penghitungan tersebut dapat diketahui nilai signifikansi sebesar 0,032. Sesuai dengan jika nilai sig. $< 0,05$ maka artinya variabel X berpengaruh terhadap variabel Y, $0,032 < 0,05$ maka dapat dikatakan pada hipotesis yang kedua atau variabel X3 yaitu Lokasi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

4. Pengaruh Keragaman Menu, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian

Hipotesis keempat bahwa ada pengaruh antara keragaman menu, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian. Sesuai dengan penghitungan tersebut dapat diketahui nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dari perbandingan pada uji signifikansi dapat dinyatakan hipotesis diterima. Jadi variabel keragaman menu, harga, dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan diatas, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel keragaman menu ada pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Variabel harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
3. Variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
4. Variabel keragaman menu, harga, dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

DAFTAR REFERENSI

- Ariningtyas, E., & Rachmawati K, I. A. K. (2020). Menguji Pengaruh Keragaman Menu, Kualitas Produk, Store Atmosphere, Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Wedangan Jimboeng. *Excellent*, 7(1), 115–123. <https://doi.org/10.36587/exc.v7i1.670>
- Hardiansyah, R. E. (2021). *Pengaruh lokasi, promosi dan loyalitas pelanggan terhadap keputusan pembelian konsumen di ayam goreng nelongso pada masa skripsi 2021 konsumen di ayam goreng nelongso pada masa pandemi covid 19.*
- Mubayyanah, Kunaifi, A., Rahman, F., & Rosyid, A. (2019). Ragam Menu, Harga, Dan Lokasi: Pengaruhnya Terhadap Pelanggan Restoran. *Masyrif: Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 1(1), 55–80. <https://ejournal.idia.ac.id/index.php/masyrif/article/view/220>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* ALFABETA.
- Suryanikahsari Rizky. (2021). *Pengaruh keragaman menu, harga dan Kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan cha hwan di wilayah kecamatan ngunut tulungagung.* 5(3), 248–253.

CATATAN KAKI

Penempatan Tabel

Tabel 1. Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Angket

No.	Pernyataan	Pearson corellation	Sig.	Kondisi	Kesimpulan
1	X1.1	0,765	0,000	Sig< 0,05	Valid
2	X1.2	0,798	0,000	Sig< 0,05	Valid
3	X1.3	0,827	0,000	Sig< 0,05	Valid
4	X1.4	0,740	0,000	Sig< 0,05	Valid
5	X1.5	0,793	0,000	Sig< 0,05	Valid
6	X1.6	0,806	0,000	Sig< 0,05	Valid

No.	Pernyataan	Pearson corellation	Sig.	Kondisi	Kesimpulan
1	X2.7	0,791	0,000	Sig< 0,05	Valid
2	X2.8	0,819	0,000	Sig< 0,05	Valid
3	X2.9	0,781	0,000	Sig< 0,05	Valid
4	X2.10	0,859	0,000	Sig< 0,05	Valid
5	X2.11	0,772	0,000	Sig< 0,05	Valid
6	X2.12	0,831	0,000	Sig< 0,05	Valid

No.	Pernyataan	Pearson corellation	Sig.	Kondisi	Kesimpulan
1	X3.13	0,815	0,000	Sig< 0,05	Valid
2	X3.14	0,811	0,000	Sig< 0,05	Valid
3	X3.15	0,730	0,000	Sig< 0,05	Valid
4	X3.16	0,823	0,000	Sig< 0,05	Valid
5	X3.17	0,829	0,000	Sig< 0,05	Valid
6	X3.18	0,788	0,000	Sig< 0,05	Valid

No.	Pernyataan	Pearson corellation	Sig.	Kondisi	Kesimpulan
1	Y.19	0,854	0,000	Sig< 0,05	Valid
2	Y.20	0,869	0,000	Sig< 0,05	Valid
3	Y.21	0,923	0,000	Sig< 0,05	Valid
4	Y.22	0,877	0,000	Sig< 0,05	Valid
5	Y.23	0,825	0,000	Sig< 0,05	Valid
6	Y.24	0,780	0,000	Sig< 0,05	Valid

2. Uji reliabilitas

Variabel	Nilai Alpha	Kondisi	Kesimpulan
X1	0,796	nilai Alpha> 0,60	Reliabel
X2	0,801	nilai Alpha> 0,60	Reliabel
X3	0,799	nilai Alpha> 0,60	Reliabel
Y	0,808	nilai Alpha> 0,60	Reliabel

3. Uji normalitas

Asymp. Sig (2-tailed)	Kondisi	Keterangan
0,200	Asymp. Sig <0,05	Berdistribusi normal

4. Uji multikolinieritas

Model		Collinearity Statistics			
		Tolerance	Kondisi	VIF	Kondisi
1	(Constant)				
	X1	.397	> 0,100	2.517	< 10,00
	X2	.344	> 0,100	2.908	< 10,00
	X3	.480	> 0,100	2.083	< 10,00

5. Uji linieritas

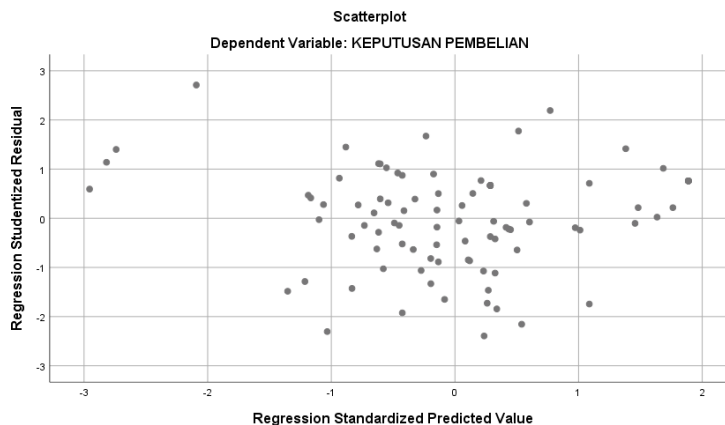
Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	Keterangan
Keragaman Menu Terhadap Keputusan Pembelian	0,778	0,05	Sig>alpha	Linear
Harga Terhadap Keputusan Pembelian	0,064	0,05	Sig>alpha	Linear
Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian	0,208	0,05	Sig>alpha	Linear

6. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig
	B	Std. Error	Beta		
Model					
(Constant)	-1.026	1.941		-.528	.598
Keragaman Menu	0.090	0.117	0.081	0.773	0.441
Harga	0.642	0.129	0.559	4.979	0.000
Lokasi	0.230	0.106	0.207	2.178	0.032
R	=			0.784 ^a	
R square	=			0.614	
Adjusted R Square	=			0.601	
F	=			47.234	
Sig F	=			0.000 ^b	
Std Error of the estimate	=			2.904	

Sumber: Peneliti (2023).

Penempatan Gambar



Sumber: peneliti (2023).

Gambar 1. Grafik Uji Heteroskedastisitas

