

Pengaruh Keragaman Menu dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Wina Kitchen di Kampung Wonosari, Jln. Aek Paing Bawah II, Kec. Rantau Utara

Pitri Jamilah Harahap¹, Basyarul Ulya², Jeni Sukmal³

¹²³Program Studi Manajemen, Universitas Al Washliyah Labuhanbatu

pitrijamilahharahap01@gmail.com¹, ulyabasyarul@gmail.com²,

jenisukmal7@gmail.com³

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of menu diversity and promotions on purchasing decisions for food products at Wina Kitchen, which is located in Kampung Wonosari, Jln. Aek Paing Bawah II, North Rantau District. The background to this research is the importance of culinary business strategy in facing increasingly fierce competition, especially through menu innovation and effective promotional approaches. The research method used is a quantitative approach with data collection techniques through surveys of Wina Kitchen consumers. The research results show that menu diversity has a significant influence on purchasing decisions, because consumers tend to choose eating places that offer various choices according to their preferences. Apart from that, promotions also play an important role in encouraging purchasing decisions, especially through social media and discounts that attract customer attention. The combination of the two creates a significant positive impact on consumer interest and loyalty. In conclusion, both menu diversity and promotions are key factors that must be managed strategically to increase purchasing decisions at Wina Kitchen. It is hoped that this research will provide an overview for culinary business actors regarding the importance of product innovation and marketing strategies that focus on customer needs.

Keywords: menu diversity, promotion, purchasing decisions, Wina Kitchen, marketing strategy

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh keragaman menu dan promosi terhadap keputusan pembelian produk makanan di Wina Kitchen, yang berlokasi di Kampung Wonosari, Jln. Aek Paing Bawah II, Kecamatan Rantau Utara. Latar belakang penelitian ini adalah pentingnya strategi bisnis kuliner dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, terutama melalui inovasi menu dan pendekatan promosi yang efektif. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui survei kepada konsumen Wina Kitchen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keragaman menu memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian, karena konsumen cenderung memilih tempat makan yang menawarkan berbagai pilihan sesuai selera mereka. Selain itu, promosi juga berperan penting dalam mendorong keputusan pembelian, terutama melalui media sosial dan diskon yang menarik perhatian pelanggan. Kombinasi keduanya menciptakan dampak positif yang signifikan terhadap minat dan loyalitas konsumen. Kesimpulannya, baik keragaman menu maupun promosi merupakan faktor kunci yang harus dikelola secara strategis untuk meningkatkan keputusan pembelian di Wina Kitchen. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran bagi pelaku usaha kuliner terkait pentingnya inovasi produk dan strategi pemasaran yang terfokus pada kebutuhan pelanggan.

Kata Kunci: keragaman menu, promosi, keputusan pembelian, Wina Kitchen, strategi pemasaran

PENDAHULUAN

Dalam era persaingan bisnis yang semakin ketat, pelaku usaha di sektor kuliner dituntut untuk terus berinovasi dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang semakin dinamis. Salah satu strategi yang dapat diterapkan adalah dengan menawarkan keragaman menu yang mampu menarik minat konsumen dari berbagai segmen. Keragaman menu tidak hanya memberikan pilihan yang lebih luas bagi konsumen, tetapi juga mencerminkan kemampuan bisnis untuk beradaptasi dengan tren dan selera pasar yang terus berubah. Selain itu, promosi menjadi elemen penting dalam menarik perhatian konsumen dan mendorong keputusan pembelian. Promosi yang efektif, seperti diskon, program loyalitas, atau pemasaran melalui media sosial, dapat meningkatkan daya tarik produk dan menciptakan hubungan yang lebih erat antara konsumen dan merek. Keputusan pembelian tercipta pada saat suatu kondisi atau keadaan dimana suatu usaha mempunyai strategi yang tepat untuk menarik pelanggan. Keputusan pembelian dapat diartikan suatu keputusan konsumen menilai dan memilih dari berbagai produk yang tersedia sesuai dengan kepentingan konsumen. Keputusan pembelian sebagai suatu tahap proses keputusan dimana konsumen melakukan pembelian produk.

Wina Kitchen Rantau Prapat merupakan usaha yang menyediakan berbagai jenis makanan. Dalam konteks ini, Wina Kitchen, sebuah usaha gerai makanan yang berlokasi di Kampung Wonosari, Jln. Aek Paing Bawah II, Kecamatan Rantau Utara, menghadapi tantangan untuk memanfaatkan keragaman menu dan promosi sebagai strategi utama dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Wina Kitchen Rantau prapat merupakan usaha gerai makanan yang menyediakan berbagai jenis makanan. Beberapa aktivitasnya adalah menawarkan berbagai macam makanan meliputi Bolu kampung, Gabin fla susu, Bolu tape, Bolu pandan, Bolu ketan, Bolu jelok, Bolu pisang, Brownis, Bolu marmer, Bolu kampung ceres, Dimsum ayam, Udang rumput laut kepiting, Bakso tahuocol, Lumpia isi, Tortilla isi, Risol isi. Hal ini dilakukan untuk memenuhi berbagai macam jenis makanan yang diminati pelanggan.

Seiring dengan semakin bertambahnya menu makanan, jumlah pelanggan Wina Kitchen Rantau prapat selama periode lima tahun terakhir mengalami kenaikan dan penurunan jumlah pelanggan. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis sejauh mana keragaman menu dan promosi memengaruhi keputusan pembelian konsumen di Wina Kitchen. Dengan memahami hubungan ini, diharapkan Wina Kitchen dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif untuk meningkatkan daya saingnya di pasar kuliner lokal.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan kausal. Metode kuantitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk mengukur hubungan antara variabel bebas (keragaman menu dan promosi)

dengan variabel terikat (keputusan pembelian). Pendekatan deskriptif digunakan untuk menggambarkan fenomena yang terjadi, sedangkan pendekatan kausal digunakan untuk mengetahui hubungan sebab-akibat antara variabel-variabel tersebut. Data dikumpulkan melalui survei menggunakan kuesioner sebagai instrumen utama. Penelitian ini juga menggunakan analisis statistik untuk menguji hipotesis dan menentukan pengaruh keragaman menu dan promosi terhadap keputusan pembelian.

Desain penelitian yang digunakan adalah penelitian survei dengan pendekatan cross-sectional, di mana data dikumpulkan pada satu waktu tertentu. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh informasi dari responden mengenai persepsi mereka terhadap keragaman menu, promosi, dan keputusan pembelian di Wina Kitchen. Langkah-langkah dalam desain penelitian ini meliputi:

Identifikasi Variabel

- Variabel bebas: Keragaman menu dan promosi.
- Variabel terikat: Keputusan pembelian.

Pengumpulan Data

Data primer dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada konsumen Wina Kitchen.

Metode Analisis Data

Metode analisis data merupakan metode yang mengarah pada dampak yang ditimbulkan melalui variable bebas terhadap variable terkait. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah regresi linear berganda karena menggunakan lebih dari satu variable bebas dan untuk menentukan apakah variabel-variabel bebas secara individual dalam penelitian memberikan pengaruh positif atau negatif terhadap variabel terkait.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah membeli produk makanan di Wina Kitchen, yang berlokasi di Kampung Wonosari, Jln. Aek Paing Bawah II, Kecamatan Rantau Utara. Populasi ini mencakup semua konsumen yang berinteraksi dengan Wina Kitchen selama periode penelitian berlangsung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas

Uji Validitas

- Uji Validitas Keragaman menu (X1)

Pengukuran kelima item pernyataan pada variabel Keragaman menu menghasilkan tabulasi data sebagai berikut:

Tabel 1 Uji Validitas Keragaman menu

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Hasil Pengukuran
X1.1	0,735	0,361	Valid
X1.2	0,788	0,361	Valid
X1.3	0,773	0,361	Valid
X1.4	0,574	0,361	Valid
X1.5	0,595	0,361	Valid

Sumber: Pengolahan Data Penelitian (2025)

Berdasarkan tabulasi pengujian validitas pada tabel di atas, terlihat seluruh pernyataan pada variabel Keragaman menu yang terdiri dari 5 soal menghasilkan nilai *corrected item total corelation* (r_{hitung}) > 0,361 (r_{tabel}), artinya seluruh item pernyataan sesuai dengan gejala penelitian dan dinyatakan valid atau lulus uji validitas.

- Uji Validitas Promosi (X2)

Kelima item pernyataan variabel Promosi telah dilakukan dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 2 Uji Validitas Promosi

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Hasil Pengukuran
X2.1	0,824	0,361	Valid
X2.2	0,822	0,361	Valid
X2.3	0,789	0,361	Valid
X2.4	0,768	0,361	Valid
X2.5	0,865	0,361	Valid

Sumber: Pengolahan Data Penelitian (2025)

Berdasarkan tabulasi pengujian validitas pada tabel di atas, terlihat seluruh pernyataan pada variabel Promosi yang terdiri dari 5 soal menghasilkan nilai *corrected item total corelation* (r_{hitung}) > 0,361 (r_{tabel}), artinya seluruh item pernyataan sesuai dengan gejala penelitian dan dinyatakan valid atau lulus uji validitas.

- Uji Validitas Keputusan Pembelian Produk (Y)

Tabel 3 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian Produk

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Hasil Pengukuran
Y.1	0,853	0,361	Valid
Y.2	0,793	0,361	Valid

Y.3	0,797	0,361	Valid
Y.4	0,694	0,361	Valid
Y.5	0,606	0,361	Valid

Sumber: Pengolahan Data Penelitian (2025)

Berdasarkan tabulasi pengujian validitas pada tabel di atas, terlihat seluruh pernyataan pada variabel Keputusan Pembelian Produk yang terdiri dari 5 soal menghasilkan nilai *corrected item total corelation* (r_{hitung}) > 0,361 (r_{tabel}), artinya seluruh item pernyataan sesuai dengan gejala penelitian dan dinyatakan valid atau lulus uji validitas.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan sebagai suatu pengukuran terhadap variabel yang menentukan kesesuaian dengan gejala penelitian. Ketepatan variabel ditentukan dengan nilai reliabilitas melalui output cronbach's alpha. Pengujian dilakukan terhadap tiga variabel penelitian ini, terdiri dari Keragaman menu (x_1), Promosi (x_2), dan Keputusan Pembelian Produk (Y).

Adapun syarat agar variabel yang digunakan dinyatakan lulus reliabilitas atau sesuai dengan fenomena penelitian dengan melihat kriteria sebagai berikut:

1. Apabila nilai cronbach's alpha > 0,60, maka dapat disimpulkan bahwa variabel sesuai dengan gejala penelitian.
2. Apabila nilai cronbach's alpha < 0,60, maka dapat disimpulkan bahwa variabel tidak sesuai dengan gejala penelitian.

Tabel 4 Uji Reliabilitas

Variabel Penelitian	<i>Cronbach's alpha</i>	Syarat lulus	Hasil Pengujian
Keragaman menu (x_1)	0,713	>0,60	Valid
Promosi (x_2)	0,871	>0,60	Valid
Keputusan Pembelian Produk (Y)	0,799	>0,60	Valid

Sumber: Pengolahan Data Penelitian (2025)

Berdasarkan hasil tabulasi uji reliabilitas pada empat variabel penelitian, menghasilkan nilai cronbach's alpha masing-masing X1 (0,713), X2 (0,871), dan Y (0,799) > 0,60, artinya uji reliabilitas pada tiga variabel yang terdiri dari Keragaman menu, Promosi, dan Keputusan Pembelian Produk dinyatakan reliabel dengan tingkat akurasi yang memenuhi kriteria pengujian sehingga seluruh variabel dapat digunakan dalam penelitian ini.

Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Salah satu kriteria pengolahan data statistik melalui tanggapan seluruh responden terhadap item-item pernyataan dalam kuesioner adalah menghindari

terjadinya penyimpangan data yang memungkinkan dapat mengganggu hasil penelitian secara keseluruhan.

Analisis deskriptif variabel merupakan penguraian karakteristik data tanggapan responden, terdiri dari nilai terendah, nilai tertinggi, nilai rata-rata (*mean*) dan standard deviasi.

Tabel 5 Hasil Deskriptif Variabel

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Keragaman Menu	30	15	25	20.47	2.849
Promosi	30	14	25	19.53	2.909
Keputusan Pembelian	30	14	25	20.50	3.127
Valid N (listwise)	30				

Sumber: Pengolahan Data Penelitian (2025)

Berdasarkan hasil *output* statistik seluruh variabel penelitian, hasil analisis variabel diuraikan sebagai berikut:

1. Keragaman menu (x_1) menghasilkan nilai terendah (15), nilai tertinggi (25), nilai rata-rata (20,47) dan standar deviasi (2,849)
2. Promosi (x_2) menghasilkan nilai terendah (14), nilai tertinggi (25), nilai rata-rata (19,53) dan standar deviasi (2,909)
3. Keputusan Pembelian Produk (Y) menghasilkan nilai terendah (14), nilai tertinggi (25), nilai rata-rata (20,50) dan standar deviasi (3,127)

Setelah melakukan analisa pada setiap variabel dalam penelitian ini yang terdiri dari Keragaman menu (x_1) Promosi (x_2) dan Keputusan Pembelian Produk (Y), seluruh variabel menghasilkan mean > standar deviasi sehingga data yang dihasilkan melalui tabulasi tanggapan responden tidak ditemukan penyimpangan dan dapat dilanjutkan ke pengujian selanjutnya.

Uji Asumsi Klasik

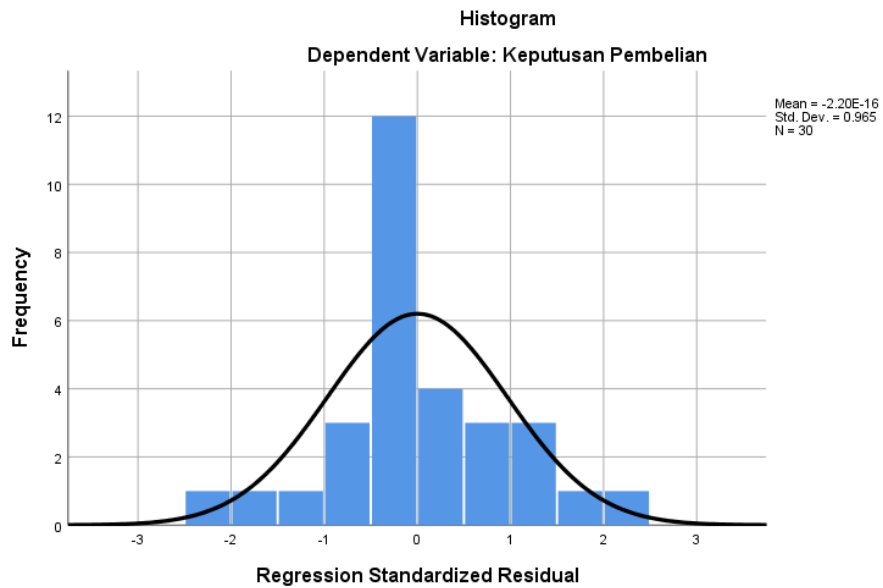
1. Uji Normalitas Dengan Grafik

Melalui grafik, uji normalitas diukur dengan dua gambar pengamatan di antaranya:

- Histogram

Syarat pengukuran uji normalitas dengan grafik histogram dapat diputuskan dengan kriteria sebagai berikut:

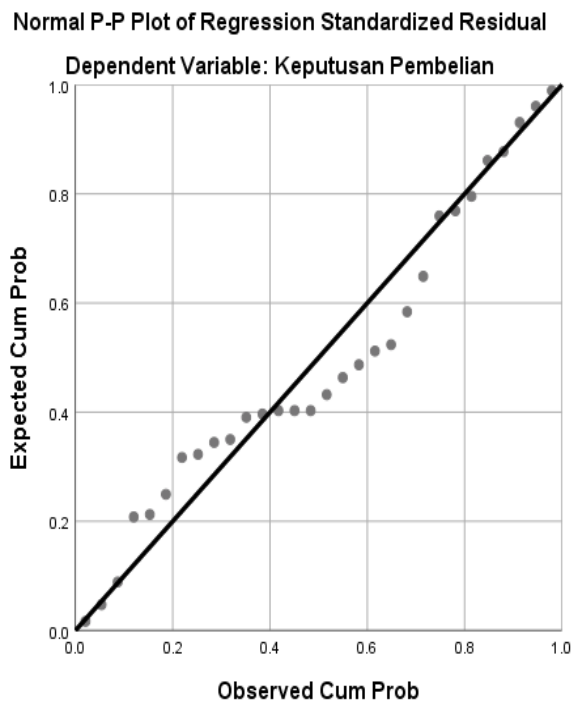
- 1) Data terdistribusi dengan normal apabila garis melengkung seperti sebuah lonceng melalui seluruh diagram dan tidak menunjukkan adanya garis yang miring ke kiri maupun ke kanan serta menghasilkan mean > standar deviasi.
- 2) Data terdistribusi dengan tidak normal apabila garis melengkung seperti sebuah lonceng melalui seluruh diagram serta menunjukkan adanya garis yang miring ke kiri maupun ke kanan serta menghasilkan mean < standar deviasi.



Sumber: Pengolahan Data Penelitian (2025)

Berdasarkan hasil pengamatan melalui gambar dan keterangan di atas, uji normalitas dengan histogram menyatakan data terdistribusi secara normal.

- P-P Plot



Sumber: Pengolahan Data Penelitian (2025)

Hasil dalam uji normalitas P-Plot menghasilkan garis diagonal maka dapat dikatakan bahwa pola terdistribusi normal.

2. Uji Normalitas Dengan Statistik

Hasil uji normalitas menggunakan grafik telah membuktikan bahwa persebaran data yang normal, namun pengujian normalitas data harus dilengkapi dengan uji statistik agar hasil yang diputuskan lebih akurat dan dapat dibuktikan dengan pasti melalui kriteria menggunakan angka. Pengujian dengan statistik menggunakan uji kolmogorov smirnov dengan kriteria pengujian, yaitu:

- Data dipastikan terdistribusi normal apabila nilai A.Symp. Sig > 0,05
- Data tidak terdistribusi normal apabila nilai A.Symp. Sig < 0,05

**Tabel 6 Uji Normalitas *Kolmogorov Smirnov Test*
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardize d Residual
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.80098157
Most Extreme Differences	Absolute	.142
	Positive	.142
	Negative	-.111
Test Statistic		.142
Asymp. Sig. (2-tailed)		.126 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Pengolahan Data Penelitian (2025)

Berdasarkan hasil uji statistik menggunakan kolmogorov smirnov test di atas, nilai A.symp.Sig (0,126) > signifikansi (0,05) sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini terdistribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas seperti yang ditampilkan pada pengujian grafik *Histogram* dan *P-P Plot*.

Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas merupakan identifikasi terhadap beberapa daa nilai yang sama pada suatu bentuk regresi variable independen yang terdiri dari Keragaman menu dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Wina Kitchen gejala penelitian yang ditunjukkan oleh variabel dependen. Apabila seluruh variabel bebas menghasilkan nilai sesuai syarat yang telah ditentukan tersebut, maka data terhindar dari problem Multikolinearitas.

Agar data terhindar dari masalah multikolinearitas, maka dibandingkan dengan nilai tolerance dan VIF (*variance inflation factor*) dengan syarat:

1. Nilai tolerance setiap variabel bebas menghasilkan angka $> 0,1$.
2. Nilai VIF setiap variabel bebas < 10 .

Tabel 7 Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Keragaman Menu	.398	2.513
	Promosi	.398	2.513

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian
Sumber: Pengolahan Data Penelitian (2025)

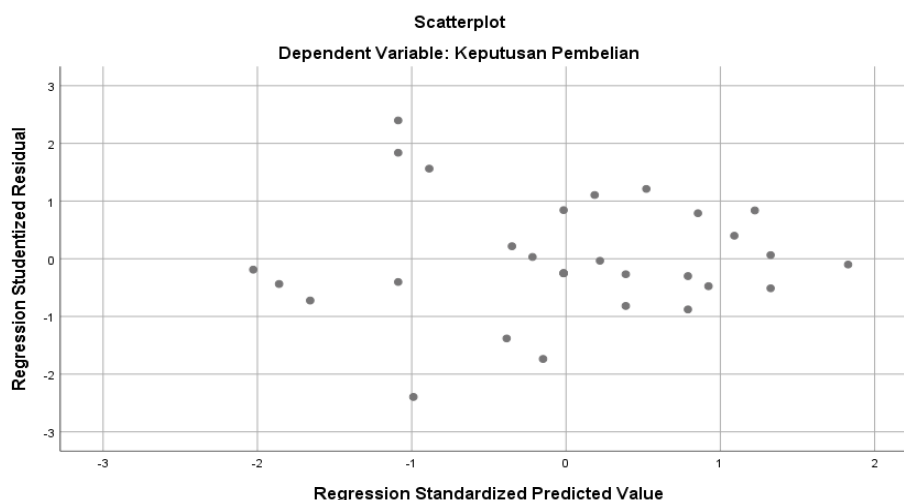
Melalui *output* statistik nilai uji multikolinearitas pada tabel di atas, dapat dijelaskan bahwa hasil nilai tolerance setiap variabel bebas diantaranya Keragaman menu (0,398), Promosi (0,398) $> 0,01$. Sementara nilai VIF Keragaman menu (2,513), Promosi (2,513) < 10 .

Berdasarkan nilai tolerance dan VIF yang dihasilkan pada masing- masing variabel bebas, maka dapat dijelaskan bahwa data pada penelitian ini terhindar dari gejala multikolinearitas karena nilai-nilai tersebut berada pada jalur atau kriteria yang sudah ditetapkan.

Uji Heteroskedastisitas

1. Uji Heteroskedastisitas Scaterplot

Heteroskedastisitas menunjukkan hubungan erat antara satu variabel dengan variabel lain atau dapat dikatakan bahwa variabel yang menjadi faktor munculnya suatu gejala memiliki hubungan atau korelasi positif.



Sumber: Pengolahan Data Penelitian (2025)

Berdasarkan hasil dari uji heteroskedastisitas pada gambar di atas, memperlihatkan bahwa titik-titik di antara garis lurus di bawah dan di atas pada titik 0,0 (sumbu X dan Y) terlihat titik-titik sebaran data, maka dapat dijelaskan bahwa data penelitian terhindar dari masalah heteroskedastisitas.

2. Uji Heteroskedastisitas glesjer

Tabel 8 Uji Glesjer

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
	B	Std. Error	Coefficients		
(Constant)	4.242	1.602		2.648	.013
Keragaman Menu	-.123	.119	-.296	-1.030	.312
Promosi	-.020	.117	-.049	-.172	.865

a. Dependent Variable: abs_res

Sumber: Pengolahan Data Penelitian (2025)

Hasil dari uji heteroskedastisitas menggunakan uji glejser, output menunjukkan tidak adanya hubungan yang signifikan antara seluruh variabel independent terhadap nilai absolute residual yang ditunjukkan dengan nilai Sig lebih besar dari 0,05 artinya model ini terhindar dari heteroskedastisitas.

Hasil Uji Hipotesis

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda yaitu pengujian yang dilakukan untuk mengetahui hubungan (korelasi) yang dihasilkan oleh setiap variabel bebas yang terdiri dari Keragaman menu dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Wina Kitchen. Hubungan tersebut dilihat berdasarkan nilai yang dihasilkan oleh variabel bebas, dengan kriteria:

1. Apabila variabel bebas menghasilkan nilai negatif, maka akan menurunkan mengurangi nilai variabel terikat sebesar nilai yang dihasilkan variabel bebas.
2. Apabila variabel bebas menghasilkan nilai positif, maka akan menambah atau meningkatkan nilai variabel terikat sebesar nilai yang dihasilkan variabel bebas.

Tabel 9 Analisis Regresi Linear Berganda**Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.610	2.590		.622	.539
Keragaman Menu	.515	.193	.469	2.671	.013
Promosi	.428	.189	.398	2.264	.032

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Pengolahan Data Penelitian (2025)

Persamaan regresi linier berganda berdasarkan hasil *output* di atas akan disajikan sebagai berikut:

$$Y = 1.610 + 0,515(X_1) + 0,428(X_2)$$

Persamaan di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta adalah 1.610, menjelaskan bahwa apabila nilai yang dihasilkan oleh variabel Keragaman menu (X_1), dan Promosi (X_2), bernilai 0, maka nilai Keputusan Pembelian Produk (Y) sebesar 1.610.
2. Koefisien regresi Keragaman menu (X_1), adalah 0,515, maka artinya setiap terjadi penambahan sebesar satu satuan variabel Keragaman menu (X_1), maka akan meningkatkan nilai Keputusan Pembelian Produk (Y), sebesar 0,515 satuan.
3. Koefisien regresi independensi Promosi (X_2), adalah 0,428, maka artinya setiap terjadi penambahan sebesar satu satuan variabel Promosi (X_2), maka akan meningkatkan nilai Keputusan Pembelian Produk (Y), sebesar 0,428 satuan.

Berdasarkan uraian hasil persamaan regresi linear di atas, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel bebas memberikan pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Produk sehingga setiap nilai yang dihasilkan oleh masing-masing variabel bebas akan meningkatkan Keputusan Pembelian Produk.

Hasil Uji Simultan (Uji - F)

Uji simultan (uji-F) yaitu pengujian yang dilakukan dengan melihat korelasi seluruh variabel bebas yang terdiri dari Keragaman menu dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Wina Kitchen. Keputusan uji-F dapat dilihat berdasarkan kriteria sebagai berikut:

1. Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya Keragaman menu dan Promosi berpengaruh secara bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Wina Kitchen.
2. Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan nilai signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya Keragaman menu dan Promosi tidak berpengaruh secara

bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian Produk produk Makanan Wina Kitchen.

Tabel 10 Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	189.437	2	94.719	27.188	.000 ^b
	Residual	94.063	27	3.484		
	Total	283.500	29			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Promosi, Keragaman Menu

Sumber: Pengolahan Data Penelitian (2025)

Nilai F_{hitung} berdasarkan *output* statistik pada tabel di atas, sementara nilai F_{tabel} melalui titik persentase distribusi (F) dengan probabilitas (tingkat signifikansi) 5% (0,05).

Nilai $F_{tabel} = (n - k) - 1$

Di mana:

n = jumlah sampel

k = konstanta (jumlah variabel bebas)

1 = jumlah variabel terikat

Nilai $F_{tabel} = (n - k) - 1$

= (30 - 2) - 1

= 28 - 1

= 27 sehingga nilai F_{tabel} sebesar 3,35

(Berdasarkan nilai titik persentase distribusi F)

Berdasarkan tabel dan keterangan di atas, hasil uji-F dijelaskan bahwa nilai F_{hitung} (27,188) > F_{tabel} (3,35) dan signifikansi (0,000 < 0,05) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya Keragaman menu dan Promosi berpengaruh secara bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Wina Kitchen.

Hasil Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial (uji-t), yaitu uji yang dilakukan untuk melihat hubungan variabel bebas secara individual terhadap variabel terikat Pengujian secara parsial (uji-t) memiliki kriteria berdasarkan hipotesis yang telah diajukan, yaitu:

1. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi < 0,05, maka H_0 ditolak dan H_2 diterima, artinya Keragaman menu dan Promosi berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Wina Kitchen.
2. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai signifikansi > 0,05, maka H_0 diterima dan H_2 ditolak, artinya Keragaman menu dan Promosi berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Wina Kitchen.

Tabel 11 Uji Parsial (Uji T)**Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
	B	Std. Error	Coefficients Beta		
1 (Constant)	1.610	2.590		.622	.539
Keragaman Menu	.515	.193	.469	2.671	.013
Promosi	.428	.189	.398	2.264	.032

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Pengolahan Data Penelitian (2025)

Nilai t_{hitung} berdasarkan *output* statistik pada tabel diatas, sementara nilai t_{tabel} melalui titik presentase distribusi (t) dengan probabilitas (tingkat signifikansi) 5 % (0,05) yang berpedoman pada rumus seperti dibawah ini :

$$\text{Nilai } t_{tabel} = (n - k) - 1$$

Di mana:

 n = jumlah sampel k = konstanta (jumlah variabel bebas)

1 = jumlah variabel terikat

$$\text{Nilai } T_{tabel} = (n - k)$$

$$= (30 - 2) - 1$$

$$= 27 \text{ sehingga nilai } t_{tabel} \text{ sebesar } 2,051 \text{ (Berdasarkan nilai titik persentase distribusi } t)$$

Berdasarkan tabel dan keterangan di atas, maka hasil pengujian secara parsial akan diuraikan sebagai berikut:

1. Nilai $t_{hitung}(2,671) > t_{tabel} (2,051)$ dan nilai signifikansi ($0,01 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga secara parsial Keragaman menu berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Wina Kitchen secara positif signifikan.
2. Nilai $t_{hitung}(2,264) > t_{tabel} (2,051)$ dan nilai signifikansi ($0,03 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_2 diterima sehingga secara parsial Promosi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Wina Kitchen secara positif signifikan.
3. Variabel bebas yang memberikan pengaruh paling dominan terhadap kepuasan konsumen adalah Keragaman menu (X_1) karena menghasilkan nilai $t_{hitung} (2,671)$ yang paling besar di antara variable bebas lainnya.

Koefisien Determinasi (Uji - R^2)

Koefisien determinasi (uji- R^2) yaitu uji yang dilakukan untuk melihat seberapa besar pengaruh regresi seluruh variabel bebas yang terdiri dari Keragaman menu dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan

Wina Kitchen dengan melihat persentase yang diberikan melalui korelasi seluruh variabel bebas. Penentuan nilai disesuaikan dengan nilai *adjusted R square*, yaitu:

1. Apabila *adjusted R square* < 0,5 maka hasil dinyatakan kurang baik.
2. Apabila *adjusted R square* = 0,5 maka hasil dinyatakan sedang.
3. Apabila *adjusted R square* > 0,5 maka hasil dinyatakan akurat.

Tabel 12 Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted Square	RStd. Error of the Estimate
1	.817 ^a	.668	.644	1.866

a. Predictors: (Constant), Promosi, Keragaman Menu

Sumber: Pengolahan Data Penelitian (2025)

Berdasarkan hasil koefisien determinasi pada tabel di atas, dapat dijelaskan bahwa nilai yang dihasilkan melalui *adjusted R square* yaitu 0,644 artinya pengaruh yang dihasilkan variabel bebas yang terdiri dari Keragaman menu dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Wina Kitchen adalah 64,4%, sedangkan 35,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil koefisien determinasi pada tabel di atas, dapat dijelaskan bahwa nilai yang dihasilkan melalui *adjusted R square* yaitu 0,668 artinya pengaruh yang dihasilkan variabel bebas yang terdiri dari Sidik jari dan Motivasi Kerja terhadap Kedisiplinan Kerja adalah 66,8%, sedangkan 33,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh sistem absensi sidik jari (fingerprint) dan motivasi kerja terhadap kedisiplinan karyawan di PT ASDA Perkebunan Aek Buru Selatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik sistem absensi sidik jari maupun motivasi kerja memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kedisiplinan karyawan. Namun, motivasi kerja terbukti memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan dengan sistem absensi sidik jari. Hal ini mengindikasikan bahwa faktor internal seperti motivasi memainkan peran krusial dalam membentuk kedisiplinan karyawan. Oleh karena itu, perusahaan disarankan untuk tidak hanya mengandalkan teknologi seperti sistem absensi sidik jari, tetapi juga fokus pada upaya meningkatkan motivasi kerja karyawan melalui berbagai strategi, seperti memberikan penghargaan, menciptakan lingkungan kerja yang positif, dan memberikan kesempatan pengembangan karir. Dengan menggabungkan kedua aspek tersebut, perusahaan dapat menciptakan lingkungan kerja yang lebih disiplin dan produktif, yang pada akhirnya akan berdampak positif pada kinerja perusahaan secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriyani, L. (2020). Implementasi Finger Print dalam Meningkatkan Kedisiplinan Kerja Karyawan Perspektif Etos Kerja Muslim (Studi Kasus PT Berjaya Tapioka di Desa Kedaton Induk Kecamatan Batanghari Nuban Lampung Timur). IAIN Metro.
- Ardana, I Komang., et all. (2012). Manajemen Sumber Daya Manusia. Graha Ilmu.
- Fadila, R., & Septiana, M. (2019). Pengaruh Penerapan Sistem Absensi Finger Print terhadap Disiplin Pegawai pada Markas Komando Direktorat Pengamanan Badan Pengusaha Batam. *Journal of Applied Bussiness Administration*, 3(1), 53-63.
- Fathimiyah, U. (2016). Pengaruh Absensi Sidik Jari (*Finger Print*) dan Motivasi Kerja terhadap Kedisiplinan Karyawan (Studi Kasus di FEBI dan FITK UIN Walisongo Semarang). UIN Walisongo.
- Gandhi, M. A. (2017). Penerapan Absensi *Finger Print* dalam Mendisiplinkan Kerja Pegawai di Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Sekolah Menengah Teknik Industri (SMTI) Bandar Lampung. UIN Raden Intan Lampung.
- Sugiyono, S. (2014). Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D). Alfabeta.
- Sutabri, T. (2016). Sistem Informasi Manajemen. CV Andi Offset.
- Suwandi, M., Tambunan, H. S., & Yusuf, F. (2018). Pengaruh Penerapan Absensi *Finger Print* terhadap Disiplin Kerha pada PT Telkom Indonesia Jakarta. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(2), 1-10.