

## **Pengembangan Layanan Food Delivery Order Online Terhadap Pengambilan Keputusan Pembeli**

**Wan Dian Safina<sup>1</sup>, Henny Andriyani Wirananda<sup>2</sup>, Wilda Sri Munawaroh<sup>3</sup>**

Manajemen<sup>1</sup>, Akuntansi<sup>2,3</sup>, Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Layanan Food Delivery Online Terhadap Keputusan Pembelian Di Mawar Bakery Medan Selayang Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu jenis penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah 1.250 pelanggan Mawar Bakery Medan pada bulan maret dan jumlah sampel yang di teliti adalah 92 pelanggan dengan cara menentukan jumlah sampel dengan menggunakan rumus dari teori slovin. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, maka sampel dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 92 responden. Lokasi penelitian dilakukan yaitu di Mawar Bakery & Shop Medan Selayang Jl. Setia Budi No.275-272, Tj. Sari, Kec. Medan Selayang, Kota Medan, Sumatera Utara 20154. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Wawancara, Kuesioner, Dokumentasi. Teknik analisis data yaitu cara penyusunan sengan penyajian kategori jawaban dalam tabel, gambar atau kecendrungan dari responden disertai analisis awal terhadap berbagai temuan data di lapangan sebagai proses awal dalam pengolahan data. Berdasarkan hasil penelitian pengaruh dari setiap variabel secara simultan dapat dilihat bahwa nilai Fhitung (181.882) > Ftabel (3.10) dengan taraf signifikan sebesar 0,000 > 0,05. Maka hal ini menunjukkan bahwa H3 diterima citra merek dan layanan food delivery berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di mawar bakery medan selayang.

**Kata Kunci** : Citra Merk , Layanan, Keputusan Pembelian

### **ABSTRACT**

This research aims to determine the influence of online food delivery services on purchasing decisions at Mawar Bakery Medan Selayang. The type of research used in this research is quantitative research. The population in this study was 1,250 Mawar Bakery

Medan customers in March and the number of samples studied was 92 customers by determining the sample size using the formula from Slovin's theory. Based on the results of these calculations, the sample in this study was determined to be 92 respondents. The location of the research was at Mawar Bakery & Shop Medan Selayang Jl. Setia Budi No.275-272, Tj. Sari, District. Medan Selayang, Medan City, North Sumatra 20154. Data collection techniques used in this research are interviews, questionnaires, documentation. The data analysis technique is a way of preparing it by presenting answer categories in tables, pictures or tendencies of respondents accompanied by initial analysis of various data findings in the field as an initial process in data processing. Based on the results of research on the influence of each variable simultaneously, it can be seen that the value of  $F_{count} (181.882) > F_{table} (3.10)$  with a significance level of  $0.000 > 0.05$ . So this shows that H3 accepts that brand image and food delivery services have a significant influence on purchasing decisions at Rose Bakery Medan Selayang.

Keywords: Brand Image, Service, Purchase Decision

✉ Corresponding author : Wan Dian Safina  
Email Address : wan235@gmail.com

## **PENDAHULUAN**

Salah satu bidang usaha yang saat ini mulai berkembang adalah produk makanan yaitu roti. Saat ini, pasar roti di Indonesia memiliki potensi yang besar bagi para pelaku bisnis, karena walaupun roti bukan makanan pokok, permintaan akan roti terus meningkat. Penting bagi suatu perusahaan untuk memperhatikan keputusan pembelian, hal ini dilakukan agar perusahaan dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Pengusaha di bisnis makanan berupaya untuk menarik dan mendapatkan konsumen yang lebih banyak untuk meningkatkan laba sehingga dengan hal ini suatu produk makanan diharapkan menjadi yang terdepan diantara produk-produk sejenisnya.

Pesatnya perkembangan industri roti di Kota Medan membuat persaingan pada industri ini semakin ketat. Di Medan ini saja ada beberapa toko roti seperti Yolanda, Majestik, Freish Bakery, Mawar Bakery dan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang usaha roti juga adalah toko bakery Aroma. Aroma Bakery & Cake Shop yang beridiri dibawah naungan PT.Arma Anugrah Abadi ini terus berkembang besar dengan adanya lebih dari 54 outlet/cabang yang telah tersebar di Provinsi Sumatera Utara hingga Aceh.

Layanan food delivery online akan memberikan manfaat bagi perusahaan. Dengan mempertahankan dan memberikan kepuasan kepada konsumen maka mereka cenderung untuk membeli ulang barang dan jasa yang telah mereka konsumsi atau kesetiaan yang berlanjut. Dengan menggunakan layanan food delivery online juga akan

mendorong adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif. Komunikasi yang disampaikan oleh konsumen yang merasa puas dapat berupa rekomendasi kepada calon konsumen lain dan mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan sehingga perusahaan akan dapat mempertahankan keberadaannya.

Menurut Morissan (2013:111) Keputusan pembelian adalah tahap selanjutnya setelah adanya niat atau keinginan untuk membeli, namun keputusan pembelian adalah tidak sama dengan pembelian yang sebenarnya. Kemudian dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian merupakan perilaku konsumen yang menunjukkan seberapa jauh komitmen konsumen untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk.

Fenomena menjamurnya bisnis kuliner di Medan yang dimulai dari skala kecil seperti warung-warung dan angkringan; bisnis kuliner berskala menengah seperti rumah makan, cafe dan toko roti; sampai dengan bisnis kuliner berskala besar seperti restoran. Semakin maraknya ragam kuliner yang disajikan dan semakin berkembangnya jumlah gerai yang menyajikan kuliner. Banyaknya bisnis bakery yang berada di Medan membuat persaingan bisnis tersebut semakin ketat, karena disebabkan oleh banyaknya ragam pilihan hidangan roti dan variasi pilihan bentuk serta rasa, tekstur, harga yang sesuai dengan kualitas produk yang dihadirkan.

pada periode Januari 2022 sampai februari 2023 memiliki rata-rata tingkat penjualan yang tidak stabil atau mengalami fluktuasi tiap bulannya. Penjualan tertinggi terjadi pada bulan februari 2023 yaitu sebesar Rp 1.916.567.233 Namun, pada bulan Juli mengalami penurunan penjualan berturut-turut yaitu sebesar -6,02%, - 4,89%, dan - 0,12%. Penurunan penjualan tersebut kemungkinan disebabkan oleh meningkatnya jumlah bakery yang berada di Kota Medan, adanya persaingan dari ragam jenis masing-masing produk yang tersedia sesuai dengan kualitas rasa, tekstur dan bentuk roti yang dimiliki yang mampu memenuhi selera keinginan konsumen.

Melihat dari kondisi tersebut, maka pemilik usaha dituntut untuk melakukan inovasi-inovasi baru yang lebih segar agar dapat memenuhi keinginan dan harapan konsumen, yang pada akhirnya akan memiliki rasa percaya konsumen untuk tetap menjadi pelanggan setianya dan selalu melakukan pembelian ulang terhadap produk Mawar Bakery and Cake Shop Medan serta merekomendasikan kepada pihak lain secara orang per orang dengan layanan food delivery online akan menambah kualitas pembeli mawar bakery and cake shop dan dapat meningkatkan penjualan.

Menurut Kotler & Keller (2017:89) menyatakan bahwa "keputusan pembelian adalah keputusan dimana konsumen benar-benar memutuskan untuk membeli dan menikmati barang atau jasa diantara berbagai macam pilihan alternatif". Proses pengambilan keputusan pembelian pada setiap orang pada dasarnya sama, namun proses

pengambilan keputusan pada setiap orang akan diwarnai oleh ciri keperibadian, usia, pendapatan dan gaya hidupnya. Istilah keputusan pembelian dapat diartikan sebagai perilaku konsumen yang bertujuan untuk menentukan proses pengembangan keputusan dalam membeli suatu barang dan jasa yang ditawarkan tersebut.

Keputusan pembelian adalah proses konsumen dalam memilih atau menentukan untuk membeli produk atau jasa. "Proses pengambilan keputusan untuk membeli dapat dibagi menjadi lima tahap, yaitu mengenali kebutuhan, mencari informasi, mengevaluasi alternatif, mengambil keputusan, evaluasi pasca pembelian. Pengambilan keputusan memutuskan untuk bertindak atau melakukan sesuatu dan dalam hal ini melakukan pembelian ataupun memanfaatkan produk atau jasa tertentu. Pengambilan keputusan konsumen pada dasarnya merupakan proses pemecahan masalah. Kebanyakan konsumen, baik konsumen maupun pembeli organisasi melalui proses mental yang hampir sama dalam memutuskan keunikan produk harga dan merek apa yang akan dibeli.

Untuk melakukan pembelian berdasarkan kebutuhan dan keinginan dengan kualitas produk yang ditawarkan dan kualitas Layanan yang diberikan kepada konsumen merupakan suatu hal yang penting, pengalaman konsumen saat melakukan proses pembelian akan menentukan konsumen untuk melakukan pembelian kembali atau tidak. Bambang Munas (2014).

## **METODOLOGI**

### **Desain Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu jenis penelitian kuantitatif. Jenis penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai jenis penelitian yang berlandaskan pada filsafat postivisme digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, Metode analisis data yang digunakan penulis dalam menganalisis masalah yang ada dengan metode analisis data deskriptif dan kuantitatif.

### **Populasi dan Sampel**

#### **Populasi**

Menurut Sugiyono (2019:80) menjelaskan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. "Populasi adalah wilayah yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan

karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya". Populasi dalam penelitian ini adalah 1.250 pelanggan Mawar Bakery Medan dan jumlah sampel yang diteliti adalah 92 pelanggan dengan cara menentukan jumlah sampel dengan menggunakan rumus dari teori slovin.

### Sampel

Menurut Sugiyono (2016: 81) sampel adalah bagian dari jumlah populasi tersebut. Teknik penarikan sampel penelitian ini menggunakan teknik sampling jenuh yaitu teknik penentuan sampel dengan cara mengambil seluruh anggota populasi sebagai responden atau sampel. Salah satu metode yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel adalah menggunakan rumus Slovin (Sevilla et. al., 2017:182), jumlah sampel yang diteliti adalah 92.

### Instrumen Penelitian

Menurut Arikunto (2010: 265). "Instrumen penelitian adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan data agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya." Dalam sebuah instrumen penelitian harus dilakukan pengujian. Pengujian yang dilakukan terhadap instrumen yaitu validitas dan reliabilitas instrumen. Instrumen angket yang digunakan pada penelitian ini validitas dan reliabilitasnya akan dihitung menggunakan SPSS 20.0.

Uji Validitas adalah ketetapan dan kecermatan dalam menjalankan fungsi ukurnya. Artinya, validitas menunjukkan bahwa instrumen tersebut mampu mengungkapkan dengan akurat dan teliti data mengenai atribut yang ia rancang untuk mengukurnya. Validitas berkaitan dengan tujuan ukur, maka setiap skala hanya dapat menghasilkan data yang valid untuk satu tujuan ukur yang spesifik pula. (Azwar, 2015: 10).

Uji Reliabilitas adalah instrumen yang apabila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. (Sugiyono, 2015: 173). Uji reliabilitas untuk mengetahui konsisten alat ukur, apakah alat ukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Metode uji reliabilitas yang sering digunakan Cronbach's Alpha, untuk menentukan apakah instrumen reliabel atau tidak, bisa digunakan batasan tertentu seperti 0,60 adalah kurang baik, sedangkan 0,70 dapat diterima dan diatas 0,80 adalah baik.

### Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2018:137), "Teknik pengumpulan data adalah ketepatan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data yang dapat dilakukan dalam berbagai setting, berbagai sumber, dan berbagai cara". Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Wawancara
2. Kuesioner
3. Dokumentasi

### Uji Validitas dan Reliabilitas

#### Uji Validitas

Sugiyono (2017:267) Uji Validitas agar instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa saja yang sebenarnya diukur. Suatu instrumen dikatakan valid apabila mampu mencapai tujuan pengukuran, yaitu yang ingin diukur. Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat item pernyataan pada kuesioner yang harus diganti/dibuang karena dianggap tidak relevan. Perhitungan yang digunakan untuk mengukur validitas kuesioner adalah dengan menghitung korelasi antar data pada masing-masing pernyataan dengan skor total. Hasil uji validitas juga dapat diukur dengan melihat nilai  $r$  hitung  $< r$  tabel maka dapat dikatakan valid, dan apabila  $r$  hitung  $< r$  tabel maka dapat dikatakan tidak valid.

Untuk menghitung korelasi pada uji validitas menggunakan korelasi item total dengan rumus sebagai berikut:

Keterangan:

- $r$  = korelasi  
 $X$  = Skor setiap item  
 $Y$  = Skor total dikurangi item tersebut  
 $n$  = Ukuran sampel

#### Uji Reliabilitas

Sugiyono (2017:269) Uji reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa instrument yang digunakan untuk mengukur menunjukkan konsisten dalam mengukur gejala yang sama. Untuk mempermudah perhitungan reliabilitas, penulis menggunakan software Statistical Program for Social Science (SPSS). Syarat minimum yang dianggap memenuhi syarat adalah apabila nilai koefisien

Alpha Cronbach's yang didapat 0,6. Jika koefisien yang didapat kurang dari 0,6 maka instrumen penelitian tersebut dinyatakan "Tidak Reliabel".

#### Analisis Deskriptif

Statistik Deskripsi memberikan gambaran suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis, dan skewness (Ghozali, 2011). Menurut Hadi (2018), pengkategorian tersebut didasarkan pada penilain nilai mean dan standard deviasi pada variabel tersebut. Cara pengkategorian data tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Tinggi =  $X \geq \text{mean} + \text{SD}$
- b. Sedang =  $\text{mean} - \text{SD} \leq \text{mean} + 1\text{SD}$
- c. Rendah =  $X < \text{mean} - \text{SD}$

#### Uji Prasyarat x Analisis

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis regresi. Sebelum dilakukan analisis regresi, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik yang terdiri uji normalitas, uji lineritas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas. Apabila uji asumsi klasik terpenuhi, maka analisis regresi bisa dilakukan.

#### Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distiribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistic menjadi tidak valid untuk jumlah kecil (Ghozali, 2018). Uji statistik sederhana dapat dilakukan dengan melihat nilai kurtosis dan skewness dari residual. Nilai z statistic untuk skewness dapat dihitung dengan rumus:

#### Uji Multikolinaritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independent). Model regresi yang baik tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel independent yang nilai korelasi antar sesame variabel independent sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolonieritas dapat dilihat dari (1) nilai tolerance dan lawannya (2) Variance Inflation Faktor (VIF). Nilai yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai Tolerance  $\leq 0,10$  atau sama dengan nilai VIF  $\geq 10$  (Ghozali, 2011). Uji multikolonieritas dapat dilakukan dengan bantuan komputer menggunakan program aplikasi pengolah data SPSS.

#### Uji Heteroskedastitas

Uji Heteroskedasitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi Heteroskedasitas (Ghozali, 2018). Uji heteroskedasitas dilakukan dengan menggunakan Uji Glejser, apabila nilai probabilitas signifikansinya di atas tingkat kepercayaan 5%, maka dapat disimpulkan model regresi tidak mengandung adanya Heteroskedasitas. Uji Heteroskedasitas dapat dilakukan dengan bantuan komputer menggunakan program aplikasi pengolah data SPSS.

### Analisis Regresi Linear Berganda

Karena dalam penelitian ini terdapat lebih dari satu variabel bebas yang akan diuji untuk mengetahui pengaruhnya terhadap variabel terikat, maka proses analisis regresi yang akan dilakukan adalah menggunakan analisis regresi berganda Menurut Sugiyono (2013: 277) mendefinisikan bahwa:

“Analisis regresi ganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor predictor dimanipulasinya (dinaik-turunkannya)”.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Pengaruh Layanan Food Delivery Online Terhadap Keputusan Pembelian Di Mawar Bakery Medan Selayang. Untuk itu, maka dilakukan penyebaran kuesioner kepada 92 orang responden. Semua kuesioner telah dikembalikan sehingga dapat diolah lebih lanjut. Berikut ini adalah deskripsi karakteristik responden yang telah dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, pendidikan dan pekerjaan.

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi Sampel	Persentase (%)
1	Laki-Laki	32	39,10%
2	Perempuan	60	55,00%
	Total	92	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Kuesioner, 2023

Berdasarkan table 3. dapat diketahui bahwa dari 92 konsumen atau responden adalah laki-laki berjumlah 32 atau 39,10% dari jumlah sampel yakni 92 responden. Dan berjenis kelamin perempuan berjumlah 60 orang atau 51,00% dari jumlah sampel yakni 92 responden. Dari deskriptif diatas konsumen mawar bakery dominan Perempuan dari pada Laki-laki

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Frekuensi Sampel	Persentase(%)
1.	20-30 Tahun	70	85.5%
2.	31- 40 Tahun	15	10.5%
3.	>40Tahun	7	8%
	Total	92	100%

Sumber : Sumber : Hasil Pengolahan Kuesioner, 2023

Berdasarkan table 4. menunjukkan bahwa responden yang berusia 20-30 tahun sebanyak 70 orang (85.5%), berusia 3-40 tahun sebanyak 15 orang (10.5%), dan berusia 40 tahun keatas sebanyak 7orang (8%).

Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Pendidikan Terakhir	Frekuensi Sampel	Persentase (%)
1	SMA/SEDERAJAT	40	60,2%
2	SARJANA (S1/D-IV)	30	40,6%
3	SARJANA MUDA (D-III)	12	15,4%
4	PASCASARJANA (S2)	10	12,8%
	Total	92	100%

Sumber : Sumber : Hasil Pengolahan Kuesioner, 2023

Berdasarkan table 5.menunjukkan bahwa responden yang berpendidikan SMA sebanyak 40 orang (60,2%), pendidikan sarjana (S1/D-IV) sebanyak 30 orang (40,6%), pendidikan sarjana muda (D-III) sebanyak 12 orang (15,4%), dan pendidikan pascasarjana (S2) sebanyak 10 orang atau 12,8%.

A. Uji Reliabilitas

Tabel 6. Hasil Uji Realibilitas

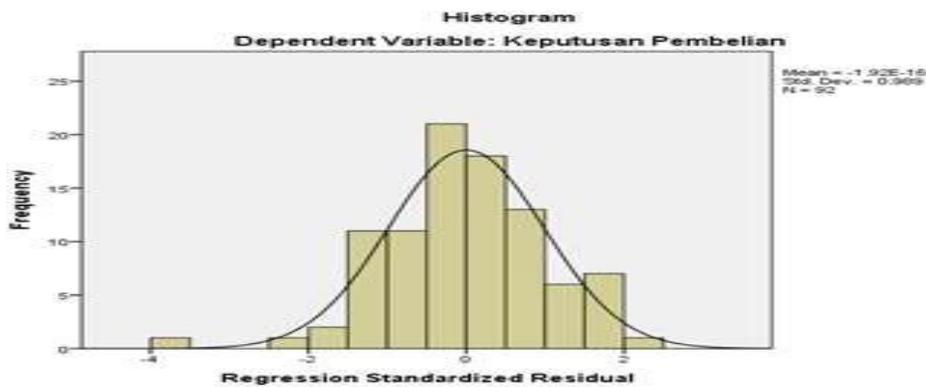
Variabel	Cronbach's Alpha Hitung	Keterangan
Layanan Food Delivery (X)	0,845	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,900	Reliabel

Sumber : pengolahan data menggunakan SPSS 20, 2023

Berdasarkan tabel 6. diatas hasil uji reliabilitas diketahui bahwa seluruh instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel, yang ditunjukkan dengan nilai dari masing- masing instrumen memiliki nilai >0,7.

B. Uji Normalitas

Gambar.1. Uji Normalitas



Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 20, 2023

Berdasarkan Gambar diatas dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan menunjukkan distribusi normal hal ini terlihat dari pola data membentuk lonceng dan berada ditengah-tengah sehingga dapat disimpulkan data tersebut menunjukkan distribusi normal

C. Multikolinieritas

Tabel 7. Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients<sup>a</sup>

Collinearity Statistics	
-------------------------	--

Model		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Layanan food delivery online	.443	2.255

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 20, 2023

Dari tabel 7. hasil uji multikolinieritas diatas dapat dilihat bahwa nilai toleransi dari harga, pelayanan adalah sebesar 0.443,  $0.443 \geq 0,10$ . Dan juga nilai VIF dari layanan food delivery adalah sebesar 2.255,  $2.225 > 10$ , sehingga disimpulkan bahwa model regresi tidak mempunyai masalah multikolonieritas.

**D. Uji Parsial (Uji t)**

Tabel 8. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardize	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.820	1.307		.628	.532		
	Layanan food delivery online	.536	.106	.411	5.034	.000	.443	2.255

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 20, 2023

Berdasarkan tabel 8. diatas diketahui bahwa nilai signifikan untuk layanan *food delivery* (0,000) lebih kecil dibandingkan dengan alpha 5% (0,05) atau nilai thitung (6.198),  $(5.034) > 1.661$  ttabel (1.661) ( $n-k=92-2=90$ ), maka dalam hal ini Ha diterima dan Ho ditolak. maka dalam hal ini Ha diterima dan Ho ditolak. Berdasarkan hasil uji t bahwa :

Pada layanan food delivery nilai thitung sebesar  $5.034 > t_{tabel} (1.661)$  ( $n-k=92-2=90$ ), maka ada pengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian Sehingga disimpulkan bahwa Layanan food delivery berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Mawar Bakery Medan Selayang.

## **SIMPULAN**

Dapat disimpulkan bahwa pengolahan data tersebut dapat kita simpulkan bahwa responden dalam menjawab kuisisioner penelitian dominan menjawab setuju karena menurut pendapat responden jika mereka menggunakan produk lain selain produk Unilever akan susah beradaptasi jika digunakan dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan hasil penelitian pengaruh dari setiap variabel secara simultan dapat dilihat bahwa nilai Fhitung ( $181.882$ )  $> F_{tabel} (3.10)$  dengan taraf signifikan sebesar  $0,000 > 0,05$ . Maka hal ini menunjukkan bahwa layanan *food delivery* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di mawar bakery medan selayang.

## **Referensi :**

- Nurofik, A., Rahajeng, E., Munti, N. Y. S., Hardiansyah, A., Firmansyah, H., Sani, A., ... & Wiyono, A. S. (2021). *PENGANTAR TEKNOLOGI INFORMASI*. Penerbit Insania.
- Sani, A. (2017). Sistem Manajemen Otomasi Perpustakaan Berbasis Open Source Senayan Library Management System (SLiMS)(Studi Kasus Perpustakaan H. Bata Ilyas STIE AMKOP Makassar). *SEIKO: Journal of Management & Business*, 1(1), 47-65.
- SYARIFUDDIN, S., ILYAS, J. B., & SANI, A. (2021). PENGARUH PERSEPSI PENDIDIKAN & PELATIHAN SUMBERDAYA MANUSIA PADA KANTOR DINAS DIKOTA MAKASSAR. *Bata Ilyas Educational Management Review*, 1(2).
- Boediman, S. F., Hendriarto, P., Satmoko, N. D., Sulistiyani, S., & Sani, A. (2021). The Relevance of Using Social Media Applications Strategies to Increase Marketing Potential of Indonesian Maritime Tourism (Analytical Study of Tourism Journals and Online Marketing). *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 4(4), 8791-8799.

- Majid, A., & Sani, A. (2016). Pengaruh Pelatihan dan Supervisi Kepala Ruangan terhadap Kinerja Perawat Pelaksana Diruang Rawat Inap Bedah Rumah Sakit TK. II Pelamonia Makassar. *Jurnal Mirai Management, 1*(2), 310-412.
- Sani, A., & Hafidah, A. (2020). Pengaruh Shopping Life Style Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior Masyarakat High Income Makassar. *Jurnal Ilmiah Ecosystem, 20*(3), 231-238.
- Irsan, I., & Sani, A. (2018). Praktik Manajemen Pengetahuan Pustakawan Dalam Mengembangkan Koleksi Lokal Makassar Di Dinas Perpustakaan Kota Makassar. *Jurnal Mirai Management, 3*(1), 121-135.
- Munir, M., Fachmi, M., & Sani, A. (2020). Pengaruh Disiplin Dan Komunikasi Terhadap Kinerja Pegawai Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Mirai Management, 5*(3), 161-170.
- Syarifuddin, U., Ilyas, G. B., Misbahuddin, M., Mustafa, H., & Sani, A. (2022). Strategi Pengembangan Usaha Kerajinan Anyaman Rotan dan Bambu melalui Pemasaran Online di Kecamatan Ma'rang Kabupaten Pangkep. *Bata Ilyas Educational Management Review, 2*(2), 1-24.
- Boediman, S. F., Hendriarto, P., Satmoko, N. D., Sulistiyani, S., & Amar Sani, A. S. (2021). Relevance of social media applications as a marketing strategy for Indonesian tourism destinations (literature analysis study). *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal), 4*(3), 5705-5712.
- Makkira, M., Syakir, M., Kurniawan, S., Sani, A., & Ngandoh, A. M. (2022). Pengaruh Stres Kerja, Komunikasi Kerja dan Kepuasan Kerja terhadap Prestasi Kerja Karyawan pada PT. Prima Karya Manunggal Kabupaten Pangkep. *Amkop Management Accounting Review (AMAR), 2*(1), 20-27.
- Asriani, A., Putri, N., Kurniawan, S., & Sani, A. (2022). Pengaruh Personal Selling terhadap Peningkatan Penjualan Alat Tulis pada CV. Etalase Mitra Jaya di Wajo pada Masa Lockdown Pandemi Covid 19. *Amkop Management Accounting Review (AMAR), 2*(1), 13-19.