

## **Analisis Keberhasilan Usaha Ditinjau Dari Pelayanan, Harga Dan Lokasi Pada Usaha Kuliner Di Desa Batumarta II Kabupaten OKU Provinsi Sumatera Selatan**

*Dahlia*  
Universitas Baturaja  
Email: [dahlia2day@gmail.com](mailto:dahlia2day@gmail.com)

*Keti Purnamasari*  
Politeknik Negeri Sriwijaya  
Email: [keti.purnamasari@polsri.ac.id](mailto:keti.purnamasari@polsri.ac.id)

### **Abstract**

*This research was conducted by analyzing the effect of service, price, and location on business success for all culinary entrepreneurs in Batumarta II Village. We used the saturated sample method for all the population as a sample, namely as many as 25 culinary business owners in Batumarta II. The location of this research is in Batumarta II Village especially in the area of Block P, Block O, Block D, and Baturaden Gotong Royong Market, Lubuk Raja District, Ogan Komering Ulu Regency, South Sumatra Province. The results showed that service, price, and location simultaneously or partially influence business success. Service quality positively influences business success which means that better service received by consumers will increase business success. Price also positively affects business success. That means profits will increase if the price increases. Otherwise, profit is an indicator of business success. The location has a positive influence on business success. It means a good place makes consumers could access products easily.*

**Keywords:** *service, price, location, business success*

### **Abstrak**

Penelitian ini dilakukan dengan menganalisis pengaruh pelayanan, harga dan lokasi terhadap keberhasilan usaha pada seluruh pengusaha kuliner di Desa Batumarta II. Metode sampel jenuh diterapkan pada penelitian ini dimana semua populasi digunakan menjadi sampel yaitu sebanyak 25 pemilik usaha kuliner di Batumarta II. Lokasi penelitian ini diambil di Desa Batumarta II diantaranya meliputi wilayah blok P, Blok O, Blok D dan Pasar Gotong Royong Baturaden Kecamatan Lubuk Raja Kabupaten Ogan Komering Ulu Provinsi Sumatera Selatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pelayanan, harga dan lokasi terhadap keberhasilan usaha baik secara simultan maupun parsial. Variabel pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap keberhasilan usaha. Semakin baik pelayanan yang diterima konsumen akan meningkatkan keberhasilan usaha. Variabel harga memiliki pengaruh positif terhadap keberhasilan usaha. Kenaikan harga akan menaikkan harga jual sehingga akan membuat laba meningkat. Laba yang meningkat merupakan indikator dari suatu keberhasilan usaha. Variabel lokasi memiliki pengaruh positif terhadap keberhasilan usaha. Lokasi yang strategis memudahkan konsumen dalam melakukan akses pembelian terhadap satu produk.

**Kata kunci:** *pelayanan, harga, lokasi, keberhasilan usaha*

## **1. Pendahuluan**

Persaingan bisnis yang semakin ketat mengakibatkan semakin banyak faktor-faktor yang dapat mempengaruhi persaingan bisnis baik yang berasal dari kondisi internal maupun eksternal dari lingkungan bisnis itu sendiri. Kondisi ini mengharuskan perusahaan untuk selalu berupaya memenuhi kebutuhan, keinginan serta permintaan pelanggan dengan melakukan pendekatan maupun riset pasar. Hasil dari riset pasar ini akan menjadi masukan penting agar tercipta strategi pemasaran yang efektif dan efisien. Pemenuhan kebutuhan, keinginan serta permintaan pelanggan ini sangat penting untuk mencapai kepuasan pelanggan. Dampak akhir yang diinginkan bukan hanya dari segi laba yang meningkat saja tetapi mampu menciptakan keunggulan bersaing yang berkelanjutan (*sustainable competitive advantage*).

Usaha kuliner adalah salah satu bisnis atau usaha yang merasakan ketatnya persaingan saat ini, usaha ini cukup menjanjikan karena perkembangannya yang cukup pesat terutama di Desa Batumarta II. Bisnis kuliner memiliki pangsa pasar tersendiri mulai dari anak-anak, remaja sampai orang tua, dari kalangan atas hingga kalangan bawah pun menyukai beberapa kuliner dengan selera tersendiri, tidak heran di Desa Batumarta II banyak olahan kuliner dengan berbagai bentuk olahan makanan dan minuman. Bisnis kuliner ini cukup menjanjikan bagi pelaku usaha kuliner tersendiri, konsumennya pun tidak hanya dari masyarakat Desa Batumarta II saja tetapi juga di luar desa karena letak dan lokasi usaha kuliner ini di jalan utama penghubung Desa Batumarta dan desa lainnya.

Dengan makin ketat persaingan tersebut perusahaan perlu memilih strategi untuk bisa memenangkan persaingan salah satunya yaitu dengan memberikan kepuasan kepada pelanggan. Jika pelanggan puas maka pelanggan akan melakukan pembelian ulang dan akhirnya akan menjadi loyal. Faktor yang membuat pelanggan puas adalah pelayanan, harga dan lokasi. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan, pelayanan pada usaha kuliner di Desa Batumarta II Pelayanan yang diberikan kepada konsumen masih belum optimal, seperti karyawan yang tidak ramah, acuh, kurang senyum dan sapa kepada pelanggan.

Rata-rata harga yang ditawarkan kepada konsumen cukup terjangkau dan hampir semua usaha kuliner sama, hanya saja ada menu makanan atau minuman yang sama tetapi dijual dengan harga yang berbeda di setiap tempat usaha. Hal tersebut diduga memicu terhambatnya pengusaha untuk mencapai tujuannya yaitu keberhasilan usaha. Secara letak lokasi, hampir semua usaha kuliner ini cukup strategis hanya saja masih terdapat kendala yaitu kurangnya lahan untuk parkir terutama untuk kendaraan roda empat. Hal ini menyebabkan konsumen menjadi tidak nyaman untuk berkunjung sehingga minat beli konsumen menurun yang berpotensi mengurangi tingkat penjualan yang mengakibatkan terhambatnya keberhasilan usaha.

Menurut Tjiptono (2011: 196), kualitas pelayanan diukur dengan besarnya ketidaksesuaian antara harapan dan keinginan konsumen dengan tingkat persepsi mereka. Perusahaan berusaha memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumen. Oleh karena itu pelayanan yang diberikan disesuaikan dengan lingkungan yang dapat menilai kualitas pelayanan yang diberikan suatu perusahaan kepada konsumen, karena konsumen merasakan langsung bagaimana pelayanan yang diberikan. Bila konsumen puas maka konsumen akan terus melakukan pembelian dan ini akan berimplikasi pada kesuksesan suatu usaha.

Selain pelayanan, harga merupakan salah satu faktor penting dalam penjualan. Banyak perusahaan bangkrut karena mematok harga yang tidak cocok dipasar. Harga yang ditetapkan harus sesuai dengan kemampuan/daya beli konsumen, agar konsumen dapat membeli barang atau menggunakan jasa tersebut. Menurut Sunyoto (2013), harga adalah nilai yang disebutkan dalam mata uang atau medium moneter lainnya sebagai alat tukar. Di dalam ilmu ekonomi, pengertian harga mempunyai hubungan dengan pengertian nilai dan kegunaan. Nilai adalah ukuran jumlah yang diberikan oleh suatu produk apabila produk itu ditukarkan dengan produk lain. Sedangkan kegunaan adalah atribut dari sebuah item yang memberikan tingkat kepuasan tertentu pada konsumen. Kegunaan harga adalah dapat menarik pelanggan untuk tetap loyal pada sebuah produk. Bila keadaan terus bertahan, maka usaha tersebut dapat mencapai keberhasilan atau kesuksesan.

Pemilihan lokasi adalah salah satu faktor lainnya yang sangat penting dalam aktivitas usaha. Sehubungan dengan itu seorang pengusaha tidak dapat mengabaikan peran lokasi tempat usaha yang sangat penting ini. Banyak usaha yang sukses dijalankan di tempat tertentu, tetapi usaha yang sama terbukti gagal jika dilaksanakan di tempat lainnya. Tempat tertentu akan sangat sesuai untuk suatu jenis usaha tetapi tidak sesuai untuk jenis usaha yang lainnya (Suparyanto: 2013).

Letak dan Lokasi penelitian ini diambil di sekitar Desa Batumarta II diantaranya meliputi wilayah Blok P, Blok O Blok D dan Pasar Gotong Royong Baturaden Kecamatan Lubuk Raja Kabupaten OKU. Lokasi yang mudah dijangkau baik roda 2 maupun roda 4, selain itu lokasi-lokasi usaha kuliner ini cukup ramai oleh masyarakat baik masyarakat Desa Batumarta II itu sendiri dan masyarakat luar Desa Batumarta II, dengan begitu usaha kuliner di wilayah ini cukup menjanjikan. Jenis usaha kuliner yang diambil dalam penelitian ini diantaranya dari usaha kuliner mulai dari makanan seperti bakso, mie ayam, pecel lele, lesehan ayam bakar dan sate serta meliputi beberapa aneka minuman.

Berdasarkan uraian latar belakang dan fenomena diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh pelayanan, harga dan Lokasi terhadap keberhasilan usaha kuliner di Batumarta II.

## **2. Literature Review**

### *2.1 Keberhasilan Usaha*

Keberhasilan usaha adalah kondisi dimana setiap usaha yang didirikan mampu menghadapi tantangan baik tantangan yang berasal dari faktor internal yang berada di dalam perusahaan maupun faktor eksternal yang dapat menjadi ancaman dari pihak luar perusahaan (Suparyanto, 2013). Kasmir (2006) menjabarkan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keberhasilan usaha seperti adanya peningkatan pada volume penjualan, hasil produksi serta peningkatan pada laba. Keberhasilan usaha dapat juga dilihat dari adanya perkembangan usaha yang cepat.

### *2.2 Hubungan Pelayanan dan Keberhasilan Usaha*

Salah satu faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha adalah pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Menurut Tjiptono (2014), konsumen memiliki harapan dan keinginan terhadap pelayanan yang akan diterima. Harapan dan keinginan ini harus memiliki kesesuaian dengan tingkat persepsi mereka. Jika terjadi ketidaksesuaian, maka konsumen akan merasakan ketidakpuasan. Ketidakpuasan ini menjadi promosi negatif bagi suatu perusahaan. Konsumen yang tidak puas dapat memberikan ulasan negatif terhadap suatu perusahaan sehingga akan membentuk suatu stigma negatif bagi perusahaan. Konsumen yang puas akan melakukan pembelian secara berulang sehingga akan berdampak terhadap keberhasilan usaha.

### *2.3 Hubungan Harga dan Keberhasilan Usaha*

Harga juga menjadi faktor penting dalam meraih keberhasilan usaha. Harga merupakan pengorbanan yang dilakukan konsumen karena membeli sebuah produk ataupun jasa. Konsumen akan membandingkan pengorbanannya berupa harga yang sudah dibayarkannya terhadap apa yang telah diperolehnya baik itu berupa kualitas produk maupun kualitas pelayanannya serta segala upaya untuk mendapatkan produk atau jasa tersebut. Menurut (Kotler & Keller, 2013), keberhasilan usaha dapat tercapai jika adanya kesesuaian antara harga dengan kualitas dari suatu produk atau jasa.

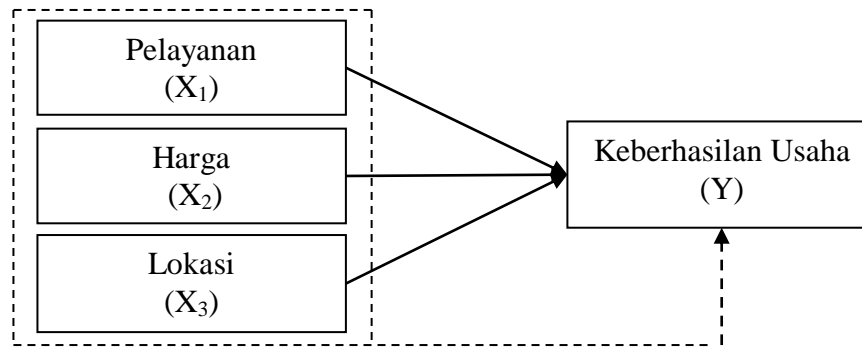
### *2.4 Hubungan Lokasi dengan Keberhasilan Usaha*

Menurut Tjiptono (2014), keberhasilan usaha juga terjadi karena adanya keterjangkauan, kelancaran, kedekatan dengan lokasi lainnya. Hal ini berarti pemilihan lokasi yang strategis sangat penting untuk memudahkan konsumen dalam melakukan pembelian. Lokasi perusahaan yang tepat akan menentukan keunggulan pelayanan dan persaingan, penghematan biaya sehingga dapat menurunkan harga jual. Lokasi perusahaan juga membantu perusahaan dalam mendapatkan suplai barang secara terus-menerus serta memudahkan perusahaan apabila diperlukan perluasan area (Rahmat, 2012). Lokasi strategis merupakan komitmen sumber daya jangka panjang yang dapat berpengaruh terhadap masa depan, sehingga mempunyai implikasi yang besar. Pemilihan lokasi termasuk juga kemudahan parkir maupun jarak perjalanan konsumen (Simarmata, 2020).

## 2.5 Kerangka Pemikiran

Berikut ini kerangka pemikiran untuk penelitian ini :

Gambar 1. Kerangka pemikiran



Sumber : data diolah (2021)

## 2.6 Hipotesis Penelitian

Hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

- $H_1$  : Ada pengaruh antara pelayanan terhadap keberhasilan usaha pada Usaha Kuliner Di Desa Batumarta II Kabupaten OKU Provinsi Sumatera Selatan
- $H_2$  : Ada pengaruh antara harga terhadap keberhasilan usaha pada Usaha Kuliner Di Desa Batumarta II Kabupaten OKU Provinsi Sumatera Selatan
- $H_3$  : Ada pengaruh antara lokasi terhadap keberhasilan usaha pada Usaha Kuliner Di Desa Batumarta II Kabupaten OKU Provinsi Sumatera Selatan

## 3. Metodologi Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menganalisis pengaruh pelayanan, harga dan lokasi terhadap keberhasilan usaha pada seluruh pengusaha kuliner di Batumarta II yang berjumlah 25 unit usaha. Data yang digunakan adalah data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada objek yang diteliti. Instrumen kuesioner yang digunakan terlebih dahulu di uji untuk memastikan validitas dan reliabilitasnya. Uji validitas dengan menggunakan metode *corrected item-total correlation*. Uji Reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai *cronbach alpha*. Uji Asumsi Klasik dilakukan dengan uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heterokedastisitas. Uji normalitas dilakukan dengan melihat grafik P-Plot. Uji multikolinearitas dengan melihat nilai *variance inflation factor* (VIF) dan *tolerance* sedangkan uji Heterokedastisitas dilakukan uji *scatterplots*. Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis regresi berganda. Dengan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Dimana :

- Y = Keberhasilan Usaha  
 $\beta_0$  = Koefisien Konstanta  
 $\beta_{1,2,3}$  = Koefisien Regresi  
 $X_1$  = Pelayanan  
 $X_2$  = Harga  
 $X_3$  = Lokasi  
 e = error term

Pengujian Hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan pengujian pengaruh variabel x terhadap variabel Y secara simultan dan parsial. Pengujian pengaruh variabel  $X_1$ ,  $X_2$  dan  $X_3$  secara simultan

terhadap variabel Y dilakukan dengan Uji F sedangkan pengujian pengaruhnya secara parsial dilakukan dengan Uji t. Uji F dilakukan dengan membandingkan hasil F hitung dan Uji t hitung dengan F tabel dan t tabelnya. Uji determinasi ( $R^2$ ) atau analisis koefisien determinasi juga dilakukan untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh variabel independen yaitu pelayanan, harga dan lokasi terhadap variabel dependen yaitu keberhasilan usaha.

### Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah suatu definisi yang diberikan pada suatu variabel dengan memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan atau membenarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut.

Tabel 1. Batasan Operasional Variabel

| Variabel                       | Definisi  | Indikator  |
|--------------------------------|---|--|
| (X <sub>1</sub> )<br>Pelayanan | Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung.   | 1. Reliabilitas ( <i>Reability</i> )<br>2. Daya tangga ( <i>Responsivines</i> )<br>3. Jaminan ( <i>Assurance</i> )<br>4. Empati ( <i>Emphaty</i> )<br>5. Bukti fisik ( <i>Tangibles</i> )<br>Zeithaml dan Berry (1988) |
| (X <sub>2</sub> )<br>Harga     | Harga adalah nilai uang yang harus dibayar oleh konsumen kepada penjual atas barang atau jasa yang dibelinya.   | 1. Harga yang sesuai dengan manfaat<br>2. Persepsi harga dan manfaat<br>3. Harga barang terjangkau<br>4. Persaingan harga<br>5. Kesesuaian harga dengan kualitasnya<br>Fure (dalam Gain dkk., 2017)                    |
| (X <sub>3</sub> )<br>Lokasi    | Lokasi adalah satu keputusan perusahaan untuk menentukan tempat usaha, menjalankan kegiatan usaha atau kegiatan oprasional dan mendistribusikan barang atau jasa. | 1. Akses<br>2. Visibilitas<br>3. Lalu-lintas<br>4. Tempat parkir<br>5. Lingkungan<br>Tjiptono (2011)   |
| (Y)<br>Keberhasilan Usaha      | Keberhasilan usaha adalah sebuah hasil yang dicapai dari kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru untuk menemukan cara baru guna mendapatkan tujuan tertentu    | 1. Jumlah penjualan meningkat<br>2. Hasil produksi meningkat<br>3. Keuntungan dan profit bertambah<br>4. Pertumbuhan usaha<br>5. Perkembangan usaha berkembang cepat dan memuaskan<br>Kasmir (2006)                    |

Sumber: Data diolah 2021

## 4. Hasil dan Pembahasan

### 4.1 Uji Instrumen

Nilai r hitung pada semua instrumen penelitian memiliki nilai lebih besar dari r tabel yang berarti bahwa semua item dalam penelitian ini valid. Hasil uji validitas secara rinci dapat dilihat pada tabel 2. di bawah ini :

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

| Item Pertanyaan                     | r-hitung | r-tabel | Keterangan |
|-------------------------------------|----------|---------|------------|
| <b>Pelayanan (<math>X_1</math>)</b> |          |         |            |
| Pertanyaan 1                        | 0,479    | 0,3961  | Valid      |
| Pertanyaan 2                        | 0,829    | 0,3961  | Valid      |
| Pertanyaan 3                        | 0,679    | 0,3961  | Valid      |
| Pertanyaan 4                        | 0,551    | 0,3961  | Valid      |
| Pertanyaan 5                        | 0,532    | 0,3961  | Valid      |
| Pertanyaan 6                        | 0,801    | 0,3961  | Valid      |
| Pertanyaan 7                        | 0,829    | 0,3961  | Valid      |
| Pertanyaan 8                        | 0,695    | 0,3961  | Valid      |
| Pertanyaan 9                        | 0,767    | 0,3961  | Valid      |
| Pertanyaan 10                       | 0,809    | 0,3961  | Valid      |
| Pertanyaan 11                       | 0,679    | 0,3961  | Valid      |
| Pertanyaan 12                       | 0,440    | 0,3961  | Valid      |
| Pertanyaan 13                       | 0,523    | 0,3961  | Valid      |
| Pertanyaan 14                       | 0,775    | 0,3961  | Valid      |
| Pertanyaan 15                       | 0,809    | 0,3961  | Valid      |
| <b>Harga (<math>X_2</math>)</b>     |          |         |            |
| Pertanyaan 1                        | 0,677    | 0,3961  | Valid      |
| Pertanyaan 2                        | 0,757    | 0,3961  | Valid      |
| Pertanyaan 3                        | 0,610    | 0,3961  | Valid      |
| Pertanyaan 4                        | 0,735    | 0,3961  | Valid      |
| Pertanyaan 5                        | 0,701    | 0,3961  | Valid      |
| Pertanyaan 6                        | 0,472    | 0,3961  | Valid      |
| Pertanyaan 7                        | 0,636    | 0,3961  | Valid      |
| Pertanyaan 8                        | 0,599    | 0,3961  | Valid      |
| Pertanyaan 9                        | 0,696    | 0,3961  | Valid      |
| Pertanyaan 10                       | 0,471    | 0,3961  | Valid      |
| Pertanyaan 11                       | 0,718    | 0,3961  | Valid      |
| Pertanyaan 12                       | 0,718    | 0,3961  | Valid      |
| Pertanyaan 13                       | 0,720    | 0,3961  | Valid      |
| Pertanyaan 14                       | 0,737    | 0,3961  | Valid      |
| Pertanyaan 15                       | 0,576    | 0,3961  | Valid      |
| <b>Lokasi (<math>X_3</math>)</b>    |          |         |            |
| Pertanyaan 1                        | 0,648    | 0,3961  | Valid      |
| Pertanyaan 2                        | 0,910    | 0,3961  | Valid      |
| Pertanyaan 3                        | 0,767    | 0,3961  | Valid      |
| Pertanyaan 4                        | 0,879    | 0,3961  | Valid      |
| Pertanyaan 5                        | 0,727    | 0,3961  | Valid      |
| Pertanyaan 6                        | 0,886    | 0,3961  | Valid      |
| Pertanyaan 7                        | 0,644    | 0,3961  | Valid      |
| Pertanyaan 8                        | 0,727    | 0,3961  | Valid      |
| Pertanyaan 9                        | 0,910    | 0,3961  | Valid      |
| Pertanyaan 10                       | 0,626    | 0,3961  | Valid      |
| Pertanyaan 11                       | 0,857    | 0,3961  | Valid      |
| Pertanyaan 12                       | 0,908    | 0,3961  | Valid      |
| Pertanyaan 13                       | 0,489    | 0,3961  | Valid      |
| Pertanyaan 14                       | 0,470    | 0,3961  | Valid      |
| Pertanyaan 15                       | 0,489    | 0,3961  | Valid      |

| Item Pertanyaan        | r-hitung | r-tabel | Keterangan |
|------------------------|----------|---------|------------|
| Keberhasilan usaha (Y) |          |         |            |
| Pertanyaan 1           | 0,627    | 0,3961  | Valid      |
| Pertanyaan 2           | 0,632    | 0,3961  | Valid      |
| Pertanyaan 3           | 0,593    | 0,3961  | Valid      |
| Pertanyaan 4           | 0,639    | 0,3961  | Valid      |
| Pertanyaan 5           | 0,586    | 0,3961  | Valid      |
| Pertanyaan 6           | 0,803    | 0,3961  | Valid      |
| Pertanyaan 7           | 0,563    | 0,3961  | Valid      |
| Pertanyaan 8           | 0,727    | 0,3961  | Valid      |
| Pertanyaan 9           | 0,833    | 0,3961  | Valid      |
| Pertanyaan 10          | 0,843    | 0,3961  | Valid      |
| Pertanyaan 11          | 0,604    | 0,3961  | Valid      |
| Pertanyaan 12          | 0,572    | 0,3961  | Valid      |
| Pertanyaan 13          | 0,557    | 0,3961  | Valid      |
| Pertanyaan 14          | 0,811    | 0,3961  | Valid      |
| Pertanyaan 15          | 0,674    | 0,3961  | Valid      |

Sumber : data diolah 2021

Berdasarkan hasil diatas dapat dilihat bahwa semua butir instrument dapat dinyatakan valid untuk digunakan sebagai instrument pengukur variabel penelitian.

Untuk hasil uji reliabilitas secara rinci dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel           | Koefisien Alpha |
|--------------------|-----------------|
| Pelayanan          | 0.936           |
| Harga              | 0.928           |
| Lokasi             | 0.945           |
| Keberhasilan usaha | 0.931           |

Sumber : data diolah 2021

Nilai koefisien alfa pada variabel pelayanan 0,936, variabel harga 0,928, variabel lokasi 0,945, dan variabel keberhasilan usaha 0,931. Nilai tersebut lebih besar dari 0,6 yang berarti instrumen dalam kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali karena instrumen tersebut sudah dianggap baik.

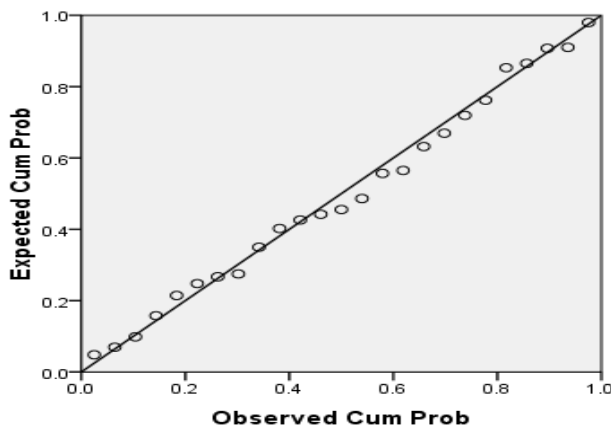
## 4.2 Uji Asumsi Klasik

Untuk memastikan bahwa hasil pengujian dapat diyakini dan tidak bias maka terhadap data-data yang dikumpulkan dilakukan uji asumsi klasik. Hasil dari Uji Asumsi Klasik tersebut adalah sebagai berikut :

### 1. Uji Normalitas

Hasil dari uji normalitas dapat dilihat pada gambar 2. Grafik pada gambar tersebut memperlihatkan data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal menunjukkan pola distribusi normal, maka dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal.

Gambar 2. Hasil Uji Normalitas



Sumber : data diolah 2021

## 2. Uji Multikolinearitas

Hasil dari uji normalitas dapat dilihat pada gambar 1.

Tabel 4. Uji Multikolinearitas

| Variabel  | Tolerance | VIF   |
|-----------|-----------|-------|
| Pelayanan | 0,287     | 3,479 |
| Harga     | 0,612     | 1,634 |
| Lokasi    | 0,396     | 2,525 |

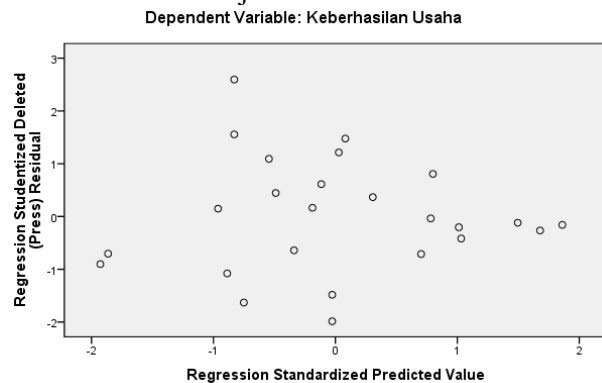
Sumber : data diolah 2021

Berdasarkan hasil penghitungan Koefisien VIF (*Variance Inflation Factor*) masing-masing variabel yaitu Pelayanan ( $X_1$ ) sebesar 3.479, Harga ( $X_2$ ) sebesar 1.634 dan Lokasi ( $X_3$ ) sebesar 2.525 dan nilai *tolerance* masing-masing variabel yaitu Pelayanan ( $X_1$ ) sebesar 0.287, Harga ( $X_2$ ) sebesar 0.612 dan Lokasi ( $X_3$ ) sebesar 0.396. Semua variabel bebas yang memiliki nilai  $VIF < 10$  dan  $tolerance > 0.10$  yang berarti bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas dalam regresi.

## 3. Uji Heterokedastisitas

Pengujian Heterokedastisitas menggunakan grafik *scatterplot*, berikut ini tampilan grafik *scatterplot* dari model regresi penelitian ini disajikan pada gambar 3. di bawah ini.

Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : data diolah 2021



Pada gambar di atas bahwa titik-titik tersebar baik diatas maupun dibawah sumbu Y, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi penelitian ini.

### 4.3 Analisis Regresi Berganda

Berdasarkan hasil pengujian analisis regresi berganda terhadap persamaan yang telah dijelaskan sebelumnya maka diperoleh hasil analisis yang dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 5. Hasil analisis regresi linear berganda

| Variabel   | <i>Unstandardized Coefficients B</i> |
|------------|--------------------------------------|
| (Constant) | -4,300                               |
| Pelayanan  | 0,282                                |
| Harga      | 0,668                                |
| Lokasi     | 0,397                                |

Sumber : data diolah 2021

Dengan demikian persamaan regresi linier berganda dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y = -4.300 + 0,282X_1 + 0.668X_2 + 0.397X_3.$$

Persamaan ini menunjukkan bahwa :

1. Konstanta bernilai -4,300, menunjukkan bahwa jika variabel Pelayanan ( $X_1$ ) dan Harga ( $X_2$ ) dan lokasi ( $X_3$ ) bernilai nol maka keberhasilan usaha (Y) berkurang sebesar 4,300 satuan.
2. Koefisien regresi variabel pelayanan ( $X_1$ ) sebesar 0,282 menunjukkan bahwa jika variabel pelayanan ( $X_1$ ) mengalami kenaikan sebesar 1 (satu) satuan, maka keberhasilan usaha akan mengalami peningkatan sebesar 0,282 satuan.
3. Koefisien regresi variabel harga ( $X_2$ ) sebesar 0,668 artinya jika variabel harga ( $X_2$ ) mengalami kenaikan sebesar 1 (satu) rupiah, maka keberhasilan usaha akan mengalami peningkatan sebesar 0,668 satuan.
4. Koefisien regresi variabel lokasi ( $X_3$ ) sebesar 0,397 artinya jika variabel lokasi ( $X_3$ ) mengalami kenaikan sebesar 1 (satu) satuan, maka keberhasilan usaha akan mengalami peningkatan sebesar 0,397 satuan.

### 4.4 Uji F dan Uji t

Hasil pengujian pengaruh  $X_1$ ,  $X_2$  dan  $X_3$  terhadap Y secara simultan dapat dilihat dari hasil uji F yang dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 6. Hasil Uji F

| Variabel Independen | Nilai F hitung | Nilai F Tabel |
|---------------------|----------------|---------------|
| Pelayanan           | 97,016         | 3,07          |
| Harga               |                |               |
| Lokasi              |                |               |

Sumber : data diolah 2021

Nilai F hitung berdasarkan hasil olah data didapatkan hasil sebesar 97,016. Nilai ini memiliki nilai yang lebih besar dibandingkan dengan F tabel yaitu sebesar 3,07. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel pelayanan, harga dan lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap keberhasilan usaha.

Untuk hasil pengujian pengaruh X1, X2 dan X3 terhadap Y secara parsial dapat dilihat dari hasil uji t yang dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 7. Hasil Uji t

| Variabel Independen | Nilai t hitung | Nilai F Tabel |
|---------------------|----------------|---------------|
| Pelayanan           | 2.314          | 2,07961       |
| Harga               | 7.906          | 2,07961       |
| Lokasi              | 3.889          | 2,07961       |

Sumber : data diolah 2021

Nilai t hitung untuk semua variabel independen memiliki nilai yang lebih besar dari t tabel. Nilai t hitung adalah sebesar 2,07961 sementara nilai t tabel untuk ketiga variabel independen secara adalah 2.314 untuk variabel pelayanan, 7.906 untuk variabel harga, dan 3,889 untuk variabel lokasi. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel pelayanan, harga dan lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan usaha secara parsial.

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi

| Model  | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|--|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1  | .966 <sup>a</sup> | .933     | .923              | 2.87094                    |
| Predictors: (Constant), Lokasi, Harga, Pelayanan |                   |          |                   |                            |
| bDependent Variable: Keberhasilan Usaha          |                   |          |                   |                            |

Sumber : data diolah (2021)

Dari hasil perhitungan dapat diketahui bahwa koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang diperoleh sebesar 0,923. Hal ini menunjukkan berarti sumbangan pengaruh pelayanan, harga dan lokasi terhadap keberhasilan usahasebesar 92,3% sedangkan sisanya 7,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini seperti faktor peluang dan faktor keuangan.

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda dan koefisien variabel, uji F dan uji t maka dapat kita lihat bahwa:

1. Variabel pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Semakin baik kualitas pelayanan suatu usaha dapat mengindikasikan semakin berhasilnya usaha tersebut. Hasil ini sejalan dengan penelitian Ariyanto dan Setiawan (2021) yang dilakukan pada usaha *franchise laundry* sepatu “The Clean Bar” di kota Sidoarjo. Kualitas pelayanan merupakan kemampuan fitur dan produk yang dapat memuaskan kebutuhan baik yang dinyatakan maupun yang tersirat. Penjualan dianggap berkualitas jika produk atau jasanya dapat memenuhi bahkan melebihi harapan pelanggan.
2. Variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Hal ini mendukung hasil penelitian Mufidah, Diana dan Sudaryanti (2021) pada UMKM produsen keripik tempe Sanan Malang. Pemilihan lokasi usaha menjadi salah satu faktor yang berpengaruh terhadap minat konsumen untuk melakukan transaksi pembelian, hal ini dapat meningkatkan jumlah penjualan dan pendapatan. Semakin baik lokasi maka akan meningkatkan keberhasilan secara signifikan. Lokasi yang berada di tempat yang strategis dan mudah diakses merupakan salah satu keuntungan dalam menarik konsumen.
3. Variabel harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan berdasarkan oleh data yang telah dilakukan. Penelitian ini mendukung hasil penelitian Thalya, Mananeke, dan Rogi (2021) yang dilakukan dalam menganalisis keberhasilan usaha Citraland Waterpark Di Kota Manado. Ketertarikan pengunjung dalam melakukan kunjungan adalah dari sisi harga yang sesuai dengan

manfaat yang dirasakan. Penetapan harga yang tepat dan sesuai akan memudahkan pengusaha dalam menarik minat konsumen yang juga berdampak pada keuntungan dan keberhasilan usaha.

## 5. Simpulan

1. Variabel pelayanan, variabel harga dan variabel lokasi secara simultan (bersama-sama) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan usaha kuliner di Desa Batumarta II.
2. Variabel pelayanan, variabel harga dan variabel lokasi secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan usaha kuliner di Desa Batumarta II.

## 6. Daftar Pustaka

- Alberto, K. (2021). Pengaruh Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keberhasilan Usaha. *Performa*, 4(4), 634–644. <https://doi.org/10.37715/jp.v4i4.1677>
- Gain, Robert, Chirstian Herdinata, dan Krismi Budi Sienatra.(2017). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Vodkasoda Shirt*.Jurnal Manajemen dan Star-Up Bisnis. Universitas Ciputara.
- Guli, G., & Nuryanto, U. W. (2018). Analisis Keberhasilan Usaha Cuci Sepeda Motor Di Kota Serang Dilihat Dari Besarnya Modal, Kualitas Pelayanan Dan Harga. *Islamicconomic: Jurnal Ekonomi Islam*, 8(2), 141–168. <https://doi.org/10.32678/ije.v8i2.72>
- Kasmir.(2006). *Kewirausahaan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran* (2nd ed.). Erlangga.
- Nurhayati, Sudarmiani, & Wibawa, R. P. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Anyaman Plastik “ Srikandi ” di Desa. 2(1), 15–21.
- Pratama, A. F. W. (2021). Pengaruh Kreativitas Pengusaha dan Lokasi Usaha terhadap Keberhasilan Usaha pada Usaha Kue di Kecamatan Ujungberung Kota Bandung. Universitas Komputer Indonesia.
- Rahmat, R.M. (2012). *Strategi Pemasaran Pada PT. Koko Jaya Prima Makasar*. Universitas Hasanudin .
- Simarmata, C. M. H. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi, dan Harga Terhadap Keberhasilan Usaha pada Bisnis Lapangan Futsal di Kecamatan Medan Selayang dan Medan Sunggal. Universitas Sumatera Utara.
- Sunyoto, Danang. 2013. *Teori, Kuesioner dan Analisis Data : Untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta : PT. Indeks.
- Suparyanto. (2013). *Kewirausahaan Konsep dan Realita pada Usaha Kecil*. Alfabeta, Bandung.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Service, Quality, and Satisfaction Edisi 3*. Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)*. Yogyakarta: Andi.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1988). Communication and control processes in the delivery of service quality. *Journal of marketing*, 52(2), 35-48.