



**PENGARUH LOKASI, HARGA, DAN INOVASI
TERHADAP KEBERHASILAN USAHA MEBEL
DI KECAMATAN MERSAM**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi

**DISUSUN OLEH :
ANDANI FRAWIRA
C1B019157**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS JAMBI**

2024

LEMBAR KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

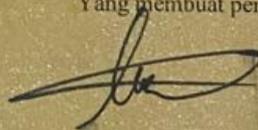
Nama : **Andani Frawira**
Nomor Mahasiswa : **C1B019157**
Jurusan : **Manajemen**
Judul Skripsi : **Pengaruh Lokasi, Harga, Dan Inovasi Terhadap Keberhasilan Usaha Mebel Di Kecamatan Mersam**

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini adalah karya asli penulis, selama proses penulisan penulis tidak melakukan kegiatan plagiat atas karya ilmiah orang lain, semua petikan yang saya ajukan dalam skripsi ini sesungguhnya ada dan disiapkan dengan kaidah ilmiah penulisan.
2. Bila dikemudian hari terdapat ketidaksesuaian sebagaimana pada poin (1) maka saya siap menerima sanksi berupa pencabutan gelar kesarjanaan yang saya telah peroleh.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jambi, Januari 2024
Yang membuat pernyataan



Andani Frawira
NIM. C1B019157

LEMBAR PERSETUJUAN

Dengan ini Pembimbing Skripsi dan Ketua Prodi, menyatakan bahwa Skripsi yang disusun oleh:

Nama : Andani Frawira
Nomor Mahasiswa : C1B019157
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Lokasi, Harga, Dan Inovasi Terhadap Keberhasilan Usaha Mebel Di Kecamatan Mersam

Telah disetujui dan disahkan sesuai dengan prosedur, ketentuan dan kelaziman yang berlaku dalam Ujian Komprehensif dan Skripsi pada tanggal seperti tertera di bawah ini.

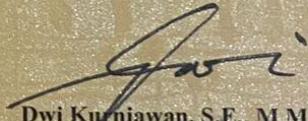
Jambi, 2024

Pembimbing I



Dr. Dahmiri, S.E., M.M.
NIP. 197209152005011004

Pembimbing II



Dwi Kurniawan, S.E., M.M.
NIP. 197906152008011016

Mengetahui
Ketua Progam Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Jambi



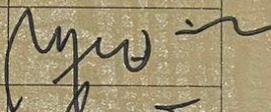
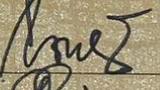
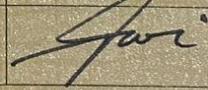
Dr. Musriani, S.E., M.M.
NIP. 197706172006042001

TANDA PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Panitia Penguji Komprehensif dan Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi pada :

Hari : Kamis
Tanggal : 04 Januari 2024
Jam : 13.00 – 14.30 WIB
Tempat : Ruang Dosen Prodi S1 Manajemen FEB

PANITIA PENGUJI

Jabatan	Nama	Tanda Tangan
Ketua Penguji	Dr. Sigit Indrawijaya, S.E., M.Si.	
Penguji Utama	Novita Ekasari, S.E., M.M.	
Sekretaris Penguji	Novita Sari, S.E., M.M.	
Anggota Penguji	Dr. Dahmiri, S.E., M.M.	
	Dwi Kurniawan, S.E., M.M.	

Disahkan Oleh :

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Jambi



Prof. Dr. H. Junaidi, S.E., M.Si.
NIP. 196706021992031003

Ketua Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Jambi



Dr. Zulfina Adriani, S.E., M.Sc
NIP. 196702151993032004

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas berkat dan Rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Lokasi, Harga dan Inovasi Terhadap Keberhasilan Usaha Mebel di Kecamatan Mersam”** Skripsi ini diajukan guna untuk memenuhi sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Jambi.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis sangat menyadari kekurangan dan keterbatasan untuk mencapai kesempurnaan sehingga keberhasilan akan sulit tercapai tanpa adanya bimbingan, bantuan serta motivasi dari beberapa pihak. Secara khusus, penelitian mengucapkan terimakasih yang tidak terhingga kepada kedua orang tua tercinta Bapak Harjonis dan Ibu Nurhayati yang luar biasa telah membesarkan, Mendidik, serta memberikan dukungan materil dan moril hingga penelitian bias menyelesaikan studi dengan baik. Penelitian juga menyadari bahwa penulisan skripsi ini telah banyak mendapatkan bantuan dan dukungan dari banyak pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penelitian menyampaikan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Helmi, S.H., M.H. selaku rektor Universitas Jambi.
2. Bapak Dr. H. Junaidi, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi.
3. Ibu Dr. Zulfina Adriani, S.E., M.Sc. selaku Ketua Jurusan Manajemen dan Ibu Dr. Sry Rosita, S.E., M.M. selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi.
4. Ibu Dr. Musnaini, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi.
5. Bapak Dr. Dahmiri, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi yang tiada henti sebagai pembimbing sehingga selesainya skripsi ini.
6. Bapak Dwi Kurniawan, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi yang tiada henti sebagai pembimbing sehingga selesainya skripsi ini.
7. Bapak DR. Sigit Indrawijaya, S.E., M.M., Ibu Novita Ekasari, S.E., M.M., dan Ibu Novita Sari, S.E., M.M. selaku Tim Penguji yang telah

memberikan bimbingan dan pengarahan yang sangat baik sehingga penulisan skripsi ini selesai.

8. Bapak Dr. Agus Solikhin, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan arahan dan nasehat selama mengikuti kegiatan perkuliahan di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi.
9. Elsa Rahmayunita selaku kekasih saya yang terus memberikan dukungan dengan tulus untuk berjuang menyelesaikan skripsi ini hingga tuntas.
10. Macak Petir, Pos Family, Naga Hitam, Botuna, selaku para sahabat yang selalu menemani dan memberikan semangat dan bantuan setiap waktu.
11. Serta seluruh pihak yang turut membantu dengan sabar dan memahami penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga segala sesuatu bantuan yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini belum sempurna karena keterbatasan pengetahuan, wawasan dan pengalaman yang penulis miliki. Untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini, dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis sendiri maupun mereka yang membacanya. Atas kritik dan saran penulis ucapkan Terima kasih.

Jambi, Januari 2024

Penulis

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi, harga, dan inovasi terhadap keberhasilan usaha mebel di kecamatan Mersam. Penelitian ini bersifat kuantitatif dan data penelitian yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Populasi dan sampel adalah pelaku usaha mebel di kecamatan Mersam berjumlah 42 pelaku usaha. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner dengan skala likert melalui kusioner. Metode analisis data penelitian ini adalah analisis *statistic deskriptif* menggunakan teknik *structural equation* (SEM), dengan *partial least square* (PLS) sebagai alat mengolahnya dengan program *SmartPLS 3.0*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha, inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha, dan secara simultan lokasi, harga, dan inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha.

Kata Kunci: Lokasi, Harga, Inovasi, Keberhasilan Usaha.

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of location, price and innovation on the success of furniture businesses in Mersam district. This research is quantitative in nature and the research data used is primary and secondary data. The population and sample are 42 furniture business actors in Mersam sub-district. Data collection was carried out by distributing questionnaires with a Likert scale via questionnaire. The data analysis method for this research is descriptive statistical analysis using structural equation (SEM) techniques, with partial least squares (PLS) as a processing tool with the SmartPLS 3.0 program. The research results show that location does not have a positive and significant effect on business success, price has a positive and significant effect on business success, innovation has a positive and significant effect on business success, and simultaneously location, price and innovation have a positive and significant effect on business success.

Keywords: *Location, Price, Innovation , Business Succes.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1. 1 Latar Belakang Masalah	1
1. 2 Rumusan Masalah	7
1. 3 Tujuan Penelitian	8
1. 4 Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Lokasi	9
2.2 Inovasi Produk	11
2.3 Harga	13
2.4 Keberhasilan Usaha	15
2.5 Pengaruh Antar Variabel	19
2.6 Penelitian Terdahulu	20
2.7 Kerangka Berpikir	23
2.8 Hipotesis	24
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1. Jenis Penelitian	26
3.2. Tempat dan Objek Penelitian	26
3.3. Sumber Data	26
3.4. Variabel Penelitian	27
3.5. Populasi dan Sampel	28
3.6. Metode Pengumpulan Data	28
3.7. Teknik Pengumpulan Data	29
3.8. Teknik Analisis Data	29
BAB IV GAMBARAN OBJEK PENELITIAN	37

4.1. Sejarah Singkat Kecamatan Mersam	37
4.2. Profil Usaha Mebel di Kecamatan Mersam	38
4.3. Data Usaha Mebel Di Kecamatan Mersam	40
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	41
5.1. Gambaran Umum Responden	41
5.2. Analisis Deskriptif	43
5.3. Pengujian Data dan Model Penelitian	53
5.4. Pengujian Hipotesis	61
5.5. Pembahasan	63
BAB VI PENUTUP	68
6.1. Kesimpulan	68
6.2. Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	70
DAFTAR LAMPIRAN	75

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Jumlah Kerajinan Mebel	3
Tabel 1.2 Hasil Wawancara Awal	3
Tabel 1.3 Data Kuisisioner Pelanggan Inovasi	5
Tabel 1.4 Data Kuisisioner Pelanggan Lokasi	6
Tabel 1.5 Data Kuisisioner Pelanggan Harga Produk	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1 Variabel Penelitian	27
Tabel 3.2 Skala <i>Likert</i>	31
Tabel 3.3 Rentang Interval Skala Likert	32
Tabel 3.4 Variabel dan Indikator Penelitian	30
Tabel 3.5 Kriteria Penilaian PLS	36
Tabel 4.1 Data Usaha Di Kecamatan Mersam	40
Tabel 5.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 5.2 Responden Berdasarkan Usia	42
Tabel 5.3 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	42
Tabel 5.4 Tanggapan Responden Terkait Pengaruh Lokasi	43
Tabel 5.5 Tanggapan Responden Terkait Pengaruh Harga	45
Tabel 5.6 Tanggapan Responden Terkait Pengaruh Inovasi	47
Tabel 5.7 Tanggapan Responden Terkait Pengaruh Keberhasilan Usaha	50
Tabel 5.8 <i>Outer Loading</i>	54
Tabel 5.9 <i>Outer Model</i> Setelah Dikalkulasi Ulang	56
Tabel 5.10 Nilai <i>Discrimination Validity (Cross Loading)</i>	57
Tabel 5.11 <i>Composite Reliability</i>	59
Tabel 5.12 <i>Cronbach's Alpha</i>	59
Tabel 5.13 Nilai <i>R-Square</i>	60
Tabel 5.14 <i>Path Coefficients</i>	61
Tabel 5.15 Nilai <i>R-Square Adjusted</i>	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data BPS Kabupaten dan Kota Provinsi Jambi Tahun 2021	2
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	23
Gambar 5.1 <i>Outer Model dan Inner Model</i>	53
Gambar 5.2 <i>Outer Model</i>	54
Gambar 5.3 <i>Outer Model</i> Setelah Dikalkulasi Ulang	56
Gambar 5.4 <i>Path Coefficient</i>	60

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran Kuisisioner Penelitian	75
2. Rekapitulasi Data Hasil Kuesioner Penelitian Lokasi (X1)	81
3. Rekapitulasi Data Hasil Kuesioner Penelitian Harga (X2)	82
4. Rekapitulasi Data Hasil Kuesioner Penelitian Inovasi (X3)	83
5. Rekapitulasi Data Hasil Kuesioner Penelitian Keberhasilan usaha (Y)	84
6. Lampiran Hasil Pengolahan Data Dengan PLS	86
7. Dokumentasi Penelitian	89

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara kepulauan terbesar di dunia dengan 17.000 lebih pulau yang terbesar dari Sabang sampai Merauke. Yang mana terdapat suku dan sumber daya alam yang berbeda-beda. Hal ini menyebabkan keberagaman dari segala segi. Baik dari segi pakaian, bahasa, gaya hidup, dan kuliner. Dengan potensi tersebut para pelaku usaha kreatif mulai mencoba memanfaatkan sumber daya yang ada untuk dijadikan peluang yang mendatangkan laba. Hal ini ditandai dengan berkembang pesatnya UMKM yang ada di Indonesia hal ini juga memiliki banyak dampak positif salah satunya dengan banyaknya UMKM yang tercipta, maka akan semakin banyak lapangan kerja yang terbuka bagi masyarakat. Hal tentunya akan mengurangi angka pengangguran di suatu daerah.

Seiringnya perkembangan zaman yang semakin pesat ini, banyaknya pesaing dalam bidang kerajinan mebel yang sangat tinggi, mulai dari toko pinggir jalan yang sering kita sebut sebagai toko pengrajin kayu hingga usaha *furniture* (mebel) besar sekalipun. Masing-masing menawarkan berbagai macam keunikan *design* yang mempunyai ciri khas tersendiri dari toko pengrajin kayu ataupun usaha *furniture* (mebel) besar itu sendiri.

Berdasarkan data BPS kabupaten atau kota provinsi Jambi tahun 2021 menyebutkan bahwa terdapat 2.474 usaha kecil menengah di kabupaten Batanghari, yang sebagian nya merupakan usaha manufaktur. Dari hal tersebut Kecamatan Mersam yang merupakan salah satu dari delapan kecamatan yang ada di kabupaten Batanghari maka dapat disimpulkan akan ada seperdelapan dari 2.474 UMKM manufaktur yang ada di Kecamatan Mersam. Mebel merupakan salah satu dari usaha manufaktur, menurut kamus besar bahasa Indonesia mebel merupakan perabot yang di perlukan, berguna atau di sukai seperti barang yang dapat di pindahkan, digunakan dalam melengkapi keperluan rumah.

Gambar 1.1 Data BPS Kabupaten Atau Kota Provinsi Jambi Tahun 2021

No	Kab/Kota	Banyaknya Usaha	Tenaga Kerja (Orang)			Pendapatan (000 Rp)	Pengeluaran (000 Rp)	Balas Jasa Pekerja (000 Rp)
			Dibayar	Tidak Dibayar	Jumlah			
	1	2	3	4	5	6	7	8
01.	Kerinci	2.381	999	2.826	1.765	394.769.129	275.991.410	19.530.684
02.	Merangin	2.058	901	2.840	1.751	203.205.451	104.254.208	20.059.381
03.	Sarolangun	3.206	4.640	3.912	8.552	569.552.670	291.632.371	102.114.678
04.	Batanghari	2.474	775	3.682	4.457	384.681.270	268.098.140	21.472.098
05.	Muaro Jambi	2.392	2.621	2.788	4.404	242.644.989	116.443.836	29.346.571
06.	Tanjabtim	2.127	307	2.367	2.474	79.362.976	38.110.176	4.536.714
07.	Tanjabbar	3.395	453	4.819	5.272	209.396.285	113.373.930	6.879.851
08.	Tebo	2.236	1.421	3.579	5.000	283.705.409	160.673.883	34.421.703
09.	Bungo	2.032	1.436	3.056	4.092	257.530.838	115.284.875	34.109.588
10.	Jambi	5.570	3.870	7.908	11.778	764.113.938	407.351.838	98.922.755
11.	Sungai Penuh	1.513	1.182	2.099	3.221	378.529.395	242.932.358	28.838.646
	Jumlah	29.384	17.355	39.851	57.166	1.767.472.290	2.133.447.025	400.232.668

Para pelaku bisnis juga harus tanggap dalam membaca peluang usaha yang ada di pasaran, salah satunya yaitu persaingan usaha mebel. Bisnis pada bidang kerajinan mebel menjadi salah satu bisnis kerajinan yang cukup banyak dicoba dan diminati oleh pengelola usaha. Agar suatu usaha dapat berjalan, berkembang dan diminati serta cenderung disukai oleh konsumen. Maka dari itu seorang wirausaha perlu melakukan sebuah terobosan baru (Inovasi) terhadap usaha yang sedang dijalankan. Sehingga mendapat laba yang besar, maka dari itu dibutuhkan inovasi di dalam suatu usaha bisnis agar dapat bersaing di bidang usahanya, inovasi sendiri mengandung arti yaitu proses mental yang melibatkan pemunculan gagasan atau konsep baru antara gagasan dan konsep yang sudah ada, dalam arti lain kreativitas ini memunculkan ide – ide baru untuk kemajuan usaha atau bisnis yang sedang dijalankan.

Berdasarkan data yang diperoleh dari survei peneliti dalam kawasan daerah Kecamatan Mersam mengenai jumlah kerajinan kayu yang ada di Kecamatan Mersam yakni sebagai berikut:

Tabel 1.1 Data Jumlah Kerajinan Kayu (Mebel) di Kecamatan Mersam

No	Jenis Kerajinan Kayu	Tempat	Jumlah
1.	Mebel	Sengkati Kecil	2
2.	Aneka Perabot	Sengkati Mudo	2
3.	Aneka Perabot	Benteng Rendah	2
4.	Furniture	Kembang Paseban	2
5.	Mebel	Kembang Tanjung	2
6.	Mebel	Pematang Gadung	2
7.	Aneka Perabot	Sungai Puar	2
8.	Aneka Perabot	Tanjung Putra	2
9.	Aneka Perabot	Rantau Gedang	2
10.	Mebel	Simpang Rantau Gedang	5
11.	Mebel	Teluk Melintang	2
12.	Mebel	Sengkati Baru	2
13.	Mebel	Tapah Sari	2
14.	Konsen dan Furniture	Mersam	5
15.	Aneka Perabot	Bukit Harapan	2
16.	Aneka Perabot	Belanti Jaya	2
17.	Konsen	Bukit Kemuning	2
18.	Aneka Perabot	Sengkati Gedang	2
Total			42

Sumber : (Diolah,2023).

Dari data diatas diketahui bahwa jumlah pengusaha mebel/*furniture* yang ada di Kecamatan Mersam berjumlah 42 usaha. Dari observasi langsung peneliti di lapangan dengan 42 pelaku usaha tersebut terdapat permasalahan-permasalahan pada usaha mebel salah satunya seperti kurangnya Inovasi yang diakibatkan kurangnya kreativitas pegawai yang terlatih di lapangan.

Tabel 1.2 Hasil Wawancara Awal

No.	Permasalahan Yang Dihadapi	Jumlah
1.	Lokasi Usaha	10
2.	Kurangnya Kreativitas dalam Inovasi	14
3.	Sumber Dana	5
4.	Kelegalan Bahan Baku	5
5.	Harga yang terlalu tinggi	8

Sumber : (Diolah,2023).

Dari hasil wawancara awal yang dilakukan kepada 42 pelaku usaha mebel, terdapat beberapa pokok permasalahan yang kompleks mengenai kurangnya kreativitas dalam inovasi pada usaha mebel.

Pesatnya tingkat persaingan pada usaha mebel di Kecamatan Mersam ini mengakibatkan para pelaku usaha haruslah meningkatkan kreativitas dalam berinovasi pada usaha mebel mereka jalani. Hal ini menghindari kejenuhan konsumen dengan produk yang belum berkembang sesuai perkembangan zaman.

Rendahnya pelaku usaha mebel yang mengizinkan *custom* dari konsumen menjadi permasalahan yang sering terjadi. Persaingan pada usaha ini tentulah dilakukan untuk mendapatkan pelanggan yang ramai, dan juga agar mendapatkan pesanan yang tinggi sehingga dapat meningkatkan pendapatan sehingga jauh dari kata gulung tikar.

Semakin bervariasi keunggulan yang ditawarkan pengelola usaha mebel pada suatu produk perabot atau *furniture* dipasaran, maka hal tersebut akan mendorong konsumen untuk lebih pintar dan lebih cermat lagi dalam memilih toko usaha mebel mana yang akan dikunjungi selanjutnya. Karena pada umumnya selain dari kualitas kayu dan hasil *design* produk yang ditunjukkan oleh masing-masing pengelola usaha, ada yang lebih penting lagi seperti inovasi, dan harga dari usaha mebel seringkali menjadi faktor yang berpengaruh terhadap keberhasilan sebuah usaha mebel itu sendiri. Seperti inovasi produk dapat menciptakan sesuatu yang baru untuk meningkatkan kualitas produk dengan keinginan konsumen dan dapat mempertahankan keunggulan bersaing (Juliani, 2023).

Karena kebanyakan dari konsumen beranggapan bahwa lokasi, inovasi, serta harga dari suatu tempat usaha akan menentukan alasan bagi konsumen akan tetap tinggal (berlangganan) atau tidak lagi untuk kedepannya. Konsumen beranggapan bahwa harga dan inovasi yang baik di mebel akan lebih bagus dan lebih dapat dipertimbangkan.

Harga dan inovasi yang baik di usaha mebel, konsumen dapat dengan mudah untuk membedakan karakteristik dari tiap-tiap produk yang bermunculan di pasaran. Dimana ketika harga terlalu tinggi akan mengurangi penjualan, tetapi harga terlalu rendah akan mengurangi keuntungan bisnis. Begitu pula dengan memilih lokasi yang baik karena beberapa alasan. Pertama, lokasi merupakan komitmen daya jangka panjang yang dapat mengurangi fleksibilitas bisnis dimasa depan. Kedua, lokasi akan mempengaruhi pertumbuhan di masa depan, sehingga lokasi dipilih harus memiliki kemampuan untuk tumbuh dari segi ekonomi sehingga bisnis dapat bertahan (Haimda,dkk., 2023).

Harga dan inovasi yang baik di mebel adalah suatu faktor yang menjadi pengaruh dalam keberhasilan usaha. Pengaruh lokasi, harga dan inovasi suatu

usaha berhubungan dengan keyakinan dan preferensi konsumen terhadap suatu tempat usaha. Konsumen yang memiliki citra positif terhadap suatu tempat usaha tertentu akan lebih memungkinkan konsumen tersebut untuk melakukan pembelian ulang atau menjadi berlangganan. Pembelian ulang ini adalah suatu bentuk keberhasilan dari suatu usaha.

Inovasi yang berkaitan dengan input dapat diartikan sebagai pola-pola pemikiran atau ide manusia yang disumbangkan pada temuan terbaru. Sejalan dengan pengertian diatas, masih ada inovasi dari salah satu pelaku usaha mebel yang disumbangkannya seperti inovasi yang mempertahankan konsistensi kenyamanan konsumen dan inovasi menciptakan kegiatan daur ulang sisa sampah dengan mengajak produsen tidak membuang ampas sampah kayu dan sisa kayu yang nantinya hal ini akan didaur ulang untuk pupuk kompos atau dijadikan briket arang yang bisa mendatangkan pemasukan kembali. Hal ini bentuk inovasi agar pelaku usaha mebel bisa mempertahankan konsumen dan mengajak konsumen untuk melakukan hal baik ketika membeli *furniture*. Berikut tabel hasil survei awal yang dilakukan peneliti terhadap 13 responden yaitu para pelanggan dari salah satu usaha mebel ini.

Tabel 1.3 Data Kuisioner Pelanggan Inovasi

No	Pertanyaan	Jawaban			
		Ya		Tidak	
1	Apakah anda dapat memilih produk yang anda inginkan apabila ingin memesan di usaha mebel ini?	12	92,3%	1	7,7%
2	Apakah selalu terdapat <i>design</i> baru pada usaha mebel selama anda membeli produknya?	4	30,8%	9	69,2%
Inovasi Produk (Rata-rata Jawaban)		16	61,5%	10	38,45%

Sumber: diolah (2023).

Berdasarkan tabel survei awal tentang inovasi produk usaha mebel, dapat dilihat bahwa persentase implementasi inovasi produk yang dilakukan usaha mebel lebih besar kearah bagusnya inovasi yang diciptakan daripada sebaliknya. Rata-rata jawaban responden menyatakan bahwa 61,5% usaha mebel sudah berinovasi, namun masih terdapat 38,45% yang berpendapat berbeda dan patut untuk dilakukan analisa lebih lanjut agar dapat mengetahui faktor yang menciptakan keberhasilan bagi usaha mebel.

Usaha mebel memilih lokasi yang strategis dimana target pasaran adalah masyarakat umum dan lokasi yang diambil ditengah-tengah masyarakat yang padat sebagai pusat target tersebut. Selain itu harga, harga adalah jumlah nilai

yang harus dibayar konsumen demi mendapatkan keuntungan dari sebuah produk barang atau jasa (Untoro,2010). Berikut diagram awal yang dilakukan peneliti terhadap 13 responden yaitu para pelanggan dari usaha mebel ini.

Tabel 1.4 Data Kuisioner Pelanggan Lokasi Usaha

No	Pertanyaan	Jawaban			
		Ya		Tidak	
1	Apakah lokasi usaha mebel menyediakan lahan parkir yang memadai dan aman?	11	84,6%	2	15,4%
2	Apakah lokasi usaha mebel dapat mudah dijangkau?	13	100%	0	0%
Lokasi Usaha (Rata-rata Jawaban)		24	92,3%	2	15,4%

Sumber: diolah (2023).

Berdasarkan tabel survei awal tentang lokasi usaha mebel, dapat dilihat bahwa persentase implementasi lokasi usaha yang dilakukan usaha mebel lebih besar kearah bagusnya penempatan lokasi yang dipilih daripada sebaliknya. Rata-rata jawaban responden menyatakan bahwa 92,3% usaha mebel sudah tepat memilih lokasi, namun masih terdapat 15,4% yang berpendapat berbeda dan patut untuk dilakukan analisa lebih lanjut agar dapat mengetahui faktor yang menciptakan keberhasilan bagi usaha mebel.

Harga yang ditawarkan oleh usaha mebel merupakan harga yang relatif dapat dijangkau oleh masyarakat menengah ke atas, hingga masyarakat umum. Harga yang dikenakan berkisar Rp50.000,00–Rp25.000.000,00 rupiah. Dimana harga disini termasuk harga yang sebanding dengan kualitas produk yang disediakan. Berikut tabel survei awal yang dilakukan peneliti terhadap 13 responden yaitu para pelanggan dari usaha mebel ini.

Tabel 1.5 Data Kuisioner Pelanggan Harga Produk

No	Pertanyaan	Jawaban			
		Ya		Tidak	
1	Harga yang ditawarkan apakah sesuai dengan kualitas produk yang di sediakan?	11	84,6%	2	15,4%
2	Harga produk usaha mebel lebih mahal dari usaha mebel disekitarnya?	5	38,5%	8	61,5%
Harga Produk (Rata-rata Jawaban)		16	61,5%	10	38,45%

Sumber: diolah (2023).

Berdasarkan tabel survei awal tentang harga produk usaha mebel, dapat dilihat bahwa persentase implementasi harga produk yang dilakukan usaha mebel lebih besar kearah bagusnya penetapan harga yang dipilih daripada sebaliknya. Rata-rata jawaban responden menyatakan bahwa 61,5% usaha mebel sudah tepat menetapkan harga produk, namun masih terdapat 38,45% yang berpendapat

berbeda dan patut untuk dilakukan analisa lebih lanjut agar dapat mengetahui faktor yang menciptakan keberhasilan bagi usaha mebel.

Penelitian tentang pengaruh lokasi, harga, dan inovasi, terhadap keberhasilan usaha secara parsial sudah banyak dilakukan oleh peneliti terdahulu yakni penelitian yang dilakukan oleh Hari Susanto dengan judul yaitu Analisis Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Lokasi Usaha Dan Kreativitas Pengusaha Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Usaha Kecil Menengah (UMKM) (Studi Kasus Usaha-Usaha Kecil Menengah Di Sampit) dimana dalam penelitian yang dilakukan Hari Susanto ini menunjukkan bahwa secara simultan pengetahuan kewirausahaan, lokasi usaha dan kreativitas pengusaha mempunyai pengaruh yang sangat signifikan terhadap keberhasilan usaha. Akan tetapi, penelitian yang dilakukan ini memiliki perbedaan antara lain menggabungkan 4 variabel sekaligus yaitu lokasi, harga, inovasi, dan keberhasilan serta lokasi penelitian di usaha mebel kecamatan mersam yang belum pernah dilakukan sebelumnya.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan, maka peneliti ingin mengkaji lebih lanjut dengan mengambil judul “**Pengaruh Lokasi, Harga, dan Inovasi Terhadap Keberhasilan Usaha Mebel Di Kecamatan Mersam**”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah Lokasi berpengaruh secara parsial terhadap keberhasilan usaha Mebel Di Kecamatan Mersam?
2. Apakah Harga berpengaruh secara parsial terhadap keberhasilan usaha Mebel Di Kecamatan Mersam?
3. Apakah Inovasi berpengaruh secara parsial terhadap keberhasilan usaha Mebel Di Kecamatan Mersam?
4. Apakah Lokasi, Harga, dan Inovasi berpengaruh secara simultan terhadap keberhasilan usaha Mebel Di Kecamatan Mersam?

1.3. Tujuan Pengembangan

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian antara lain:

1. Menganalisis pengaruh lokasi secara parsial terhadap keberhasilan usaha mebel di Kecamatan Mersam.
2. Menganalisis pengaruh harga secara parsial terhadap keberhasilan usaha mebel di Kecamatan Mersam.
3. Menganalisis pengaruh inovasi secara parsial terhadap keberhasilan usaha mebel di Kecamatan Mersam.
4. Menganalisis pengaruh lokasi, harga, dan inovasi secara simultan terhadap keberhasilan usaha mebel di Kecamatan Mersam.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian mempunyai manfaat antara lain:

1. Secara Akademisi
 - a. Pengembangan model keberhasilan usaha dari aspek lokasi, harga, dan inovasi produk
 - b. Memperluas wawasan akademik serta teori strategi keberhasilan usaha
 - c. Peneliti selanjutnya yang ingin meneliti mengenai keberhasilan usaha
2. Secara Praktis
 - a. Diharapkan dapat lebih meningkatkan implementasi strategi inovasi produk yang mereka miliki untuk dapat mempertahankan konsumen mereka dalam persaingan yang ada dan mampu memperbaiki pelayanan harga, lokasi, dan pelayanan.
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam memberikan masukan pengusaha mebel di kecamatan Mersam agar memberikan serta meningkatkan inovasi, membantu bagaimana menentukan lokasi yang terbaik dan strategis, serta membantu mematokkan harga sesuai kualitas dan indikator harga itu sendiri.

BAB II KAJIAN TEORITIK

2.1 Lokasi

2.1.1. Pengertian Lokasi

Menurut Swastha Lokasi adalah tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan. Faktor penting dalam pengembangan suatu usaha adalah letak lokasi terhadap daerah perkotaan, cara pencapaian dan waktu tempuh lokasi ke tujuan. Faktor lokasi yang baik adalah relative untuk setiap jenis usaha yang berbeda (Indah, 2017).

Menurut Kasmir dalam Ganjar Rizki (2017), menjelaskan bahwa lokasi usaha adalah suatu tempat yang ditujukan untuk memberikan pelayanan kepada konsumen dengan mempertunjukkan produk yang disediakan untuk dijual. Pelayanan diberikan berupa tempat yang disediakan untuk mempertunjukkan produk agar memudahkan konsumen dalam melakukan pembelian.

Menurut Bagus dan Artaman menyebutkan bahwa lokasi usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan, ini berarti bahwa lokasi yang strategis dapat menarik konsumen sehingga usaha berdagang lancar dan meningkatkan pendapatan (Husaini, et al., 2017).

Bachari Alma Mengemukakan bahwa lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya (Hayat, 2012). Berdasarkan beberapa pendapat ahli sebelumnya, bahwa penentuan lokasi yang strategis merupakan factor penting dalam pengembangan usaha sehingga meningkatkan pendapatan perusahaan dalam beroperasi.

2.1.2. Indikator Lokasi Usaha

Menurut Berman dan Evans dalam Hendra Fure (2013) menyatakan bahwa lokasi usaha memiliki beberapa indikator sebagai berikut :

1. Ketersediaan lahan parkir

Dengan tersedianya lahan parkir terlebih lagi memiliki ukuran yang cukup luas akan memberikan kemudahan bagi konsumen yang datang berkunjung dan tidak mengganggu akan kelancaran arus lalu lintas sehingga tidak menimbulkan kemacetan di sekitar lokasi usaha berada.

2. Memiliki tempat yang cukup luas

Dengan memiliki tempat yang cukup luas akan memberikan ruang untuk tersedianya fasilitas-fasilitas di lokasi usaha, dari mulai tempat alat-alat operasional usaha hingga tempat hiburan bagi konsumen yang berkunjung.

3. Lokasi dilalui banyak alat transportasi

Dengan memiliki lokasi yang dilalui banyak alat transportasi akan memberikan kemudahan dalam mengakses atau menjangkau lokasi usaha yang dijalankan. Semakin mudah lokasi usaha untuk diakses alat transportasi, maka akan ada potensi untuk menarik lebih banyak konsumen.

4. Lokasi yang strategis

Dengan memiliki lokasi yang strategis akan memberikan keuntungan yang lebih baik bagi pengusaha, hal ini dikarenakan akan menarik konsumen untuk datang berkunjung. Lokasi yang strategis dapat dilihat dengan jelas sejauh mata memandang dan memiliki lokasi yang mudah untuk diakses.

2.1.3. Faktor-Faktor Penentuan Lokasi

Pemilihan lokasi usaha dipengaruhi oleh beberapa faktor, faktor-faktor ini pada prakteknya berbeda penerapannya bagi satu usaha dengan usaha yang lain, sesuai dengan produk dan jasa yang dihasilkan. Menurut Tjiptono pemilihan tempat atau lokasi usaha memerlukan pertimbangan yang cermat terhadap beberapa faktor berikut (Hanggita,2018):

1. Akses

Diperlukan pertimbangan dalam menentukan lokasi usaha yang mudah untuk dilalui oleh berbagai kendaraan dan transportasi umum, semakin banyak yang mampu untuk mengaksesnya maka semakin baik.

2. Visibilitas

Diperlukan pertimbangan dalam menentukan lokasi usaha yang mudah dilihat dengan jelas oleh orang lain sejauh mata memandang agar dapat menarik konsumen untuk data ke lokasi usaha.

3. Lalu lintas

Diperlukan pertimbangan dalam menentukan lokasi usaha agar tidak terjadi kepadatan dan menimbulkan titik kemacetan lalu lintas.

4. Tempat parkir

Diperlukan pertimbangan dalam menentukan lokasi usaha yang mendukung dalam terciptanya rasa aman bagi konsumen yang datang dan juga tidak mengganggu aktivitas pengguna jalan di jalan umum.

5. Ekspansi

Tersedianya lahan yang cukup luas untuk melakukan perluasan usaha agar dapat lebih banyak menarik konsumen.

6. Lingkungan Bisnis

Lingkungan di sekitar lokasi usaha yang dapat mendukung berkembangnya usaha yang dijalankan agar memiliki keuntungan yang maksimal sehingga dapat terjadi perkembangan lingkungan yang baik.

7. Persaingan

Dalam menentukan lokasi usaha perlu dilakukan pertimbangan mengenai banyak tidaknya terdapat pesaing di sekitar agar dapat dipastikan mengenai potensi keuntungan yang akan di dapatkan.

8. Peraturan pemerintah

Diperlukan pertimbangan dalam menentukan lokasi usaha agar tidak melanggar peraturan pemerintah untuk mendirikan usaha di suatu lokasi.

2.2. Inovasi Produk

2.2.1. Pengertian Inovasi Produk

Menurut Wahyudi pengertian inovasi yang termuat dalam UU No. 18 tahun 2002 adalah kegiatan penelitian, pengembangan, dan perekayasaan yang bertujuan mengembangkan penerapan praktis nilai dan konteks ilmu pengetahuan yang baru, atau cara baru untuk menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah ada kedalam produk atau proses produksi (Hendrawan,et.all.,2014).

Menurut Mcdaniel Inovasi produk tidak kalah penting dalam penentuan keberhasilan usaha, produk yang ditampilkan oleh pemilik usaha harus memiliki inovasi, keunikan produk sebagai hasil hasil inivasi secara temporer akan membawa persaingan yang lebih besar (Fauzani dan Siswati,2020).

Menurut Knicki dan Williams inovasi adalah keadaan mencari jalan untuk menghasilkan produk baru yang lebih baik (Hendrawan dan Iriani,2014). Menurut Tijiptiono menjelaskan inovasi produk bisa diartikan sebagai implementasi praktis

sebuah gagasan ke dalam produk atau proses baru (Al Rasyid dan Indah,2018). Berdasarkan beberapa pendapat ahli sebelumnya bahwa inovasi produk merupakan sebuah ide, praktek, atau objek yang dipahami sebagai sesuatu yang baru oleh masing-masing individu atau unit pengguna lainnya.

Inovasi adalah suatu proses untuk mengubah kesempatan menjadi ide yang dapat dipasarkan. Inovasi lebih dari sekedar ide yang baik suatu gagasan murni memegang peranan penting, dan pikiran kreatif mengembangkannya menjadi gagasan berharga. Meskipun demikian terdapat perbedaan yang signifikan antara sebuah ide yang timbul semata dari spekulasi dan ide yang merupakan hasil pemikiran riset pengalaman dan kerja yang sempurna. Hal yang lebih penting, wirausahawan yang prospektif harus mempunyai keberanian untuk memberikan sebuah ide melalui tahapan pengembangan (Riany & Dahmiri, 2020).

Dengan demikian inovasi adalah suatu kombinasi visi untuk menciptakan suatu gagasan yang lebih baik dan keteguhan serta dedikasi untuk mempertahankan konsep melalui implementasi. Inovasi sangat penting bagi sebuah perusahaan. Inovasi produk juga merupakan salah satu dampak dari perubahan teknologi yang cepat. Kemajuan teknologi yang cepat dan tingginya tingkat persaingan menuntut setiap perusahaan untuk terus menerus melakukan inovasi yang pada akhirnya akan meningkatkan keunggulan pada perusahaan tersebut (Riany & Dahmiri, 2020). Inovasi memiliki 4 ciri yaitu:

1. Memiliki kekhasan artinya suatu inovasi memiliki ciri yang khas dalam arti ide, program, tatanan, sistem, termasuk kemungkinan hasil yang diharapkan.
2. Memiliki ciri atau unsur kebaruan, dalam arti suatu inovasi harus memiliki karakteristik sebagai sebuah karya dan buah pemikiran yang memiliki kadar orisinalitas dan kebaruan.
3. Program inovasi dilakukan melalui program yang terencana, dalam arti bahwa suatu inovasi dilakukan melalui sebuah proses yang tidak tergesa-gesa, namun inovasi dipersiapkan secara matang dengan program yang jelas dan direncanakan terlebih dahulu.
4. Inovasi yang dilakukan memiliki tujuan, program inovasi yang dilakukan harus memiliki arah yang ingin dicapai, termasuk arah dan strategi untuk mencapai tujuan tersebut.

2.2.2. Faktor-faktor Inovasi Produk

Beberapa faktor-faktor inovasi yang dapat mempengaruhi keputusan terhadap pengadopsian sesuatu inovasi meliputi (Hendrawan dan Iriani,2014) :

1. Keunggulan relative (faktor *prestige social*, kenyamanan dan kepuasan).
2. Kompatibilitas (tingkat dimana inovasi dipersepsikan sebagai sesuatu yang konsisten dengan nilai yang ada, pengalaman-pengalaman masa lalu,dan kebutuhan akan para pengguna yang potensial).
3. Kerumitan (tingkat dimana inovasi dipersepsikan sebagai sesuatu yang sulit untuk dimengerti dan diginakan).
4. Kemampuan diujicobakan (tingkat dimana inovasi dalam batas-batas tertentu dapat diujicobakan).
5. Kemampuan diamati (tingkat dimana hasil-hasil inovasi dapat dilihat oleh pihak lain).

Menurut Thomas W. Zimmerer dkk indicator inovasi produk yaitu (Hia,et.all.,2022) :

1. Perubahan desain
2. Inovasi teknis
3. Pengembangan produk

2.3. Harga

2.3.1. Pengertian Harga Produk

Menurut Mulyadi istilah harga pokok juga digunakan untuk menunjukan pengorbanan sumber ekonomi dalam pengolahan bahan baku menjadi produk jadi (Slat,2013). Harga juga merupakan salah satu elemen yang fleksibel yang dapat diubah dengan cepat. Menurut Kotler dan Amstrong harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa (Hendrawan dan Iriani,2014).

Menurut Peter dan Olson menyatakan bahwa persepsi harga berkaitan dengan bagaimana infirmasi harga dipahami seluruhnya oleh konsumen dan memberikan makna yang dalam bagi mereka (Wiryanthy dan Santoso,2019). Saladin mengemukakan bahwa “harga adalah sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa dan dapat juga dikatakan penentuan nilai suatu produk dibenak konsumen” (Amanah, 2010).

Ada 4 hal yang mencirikan harga menurut pendapat Stanton yaitu (Al Rasyid dan Indah,2018):

a. Keterjangkauan harga

Artinya konsumen biasa menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Produk biasanya ada beberapa jenis dalam suatu merek, dan harganya juga berbeda dari termurah sampai termahal.

b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Harga sering dijadikan sebagai indicator kualitas bagi konsumen. Orang sering memilih harga yang lebih tinggi diantara dua barang karena melihat adanya perbedaan kualitas.

c. Daya saing harga

Konsumen sering membandingkan harga suatu produk dengan produk lainnya. Mahal murahnya harga suatu produk sangat dipertimbangkan oleh konsumen pada saat akan membeli suatu produk.

d. Kesesuaian harga dengan manfaat

Semakin tinggi manfaat yang dirasakan oleh konsumen dari barang atau jasa tertentu, semakin tinggi pula nilai tukar barang atau jasa tersebut, semakin besar pula alat penukar yang tersedia yang dikorbankan konsumen.

2.3.2. Faktor-faktor Penentuan Harga

Harga pokok produksi meliputi keseluruhan bahan langsung, tenaga kerja langsung, dan *overhead* pabrik yang dikeluarkan untuk memproduksi barang atau jasa. Harga pokok produksi terdiri atas tiga komponen utama (Sitty dan Lesena,2013) yaitu :

1. Bahan baku langsung yang meliputi : biaya pembelian bahan, potongan pembelian, biaya angkut pembelian, biaya penyimpanan, dan biaya lain-lain.
2. Tenaga kerja langsung yang meliputi semua biaya upah karyawan yang terlibat secara langsung dalam proses pembuatan bahan baku menjadi barang jadi atau barang yang siap dijual.

Biaya *overhead* pabrik meliputi semua biaya-biaya diluar dari biaya perolehan biaya bahan baku langsung dan upah langsung. Secara umum, faktor-

faktor yang perlu diperhatikan dalam penetapan harga adalah faktor biaya produksi, kondisi perekonomian, elastisitas permintaan, penawaran dan permintaan, persaingan, peraturan pemerintah, tujuan perusahaan dan lain-lain. Namun, demikian terdapat banyak perusahaan yang hanya menetapkan harga jual berdasarkan biaya produksi dan laba yang diinginkan, dengan mengabaikan faktor-faktor lainnya, karena biaya untuk melakukan penelitian pasar cukup besar. Akibatnya, harga jual yang ditetapkan tidak mampu menghasilkan penjualan yang maksimum. Faktor lain yang umum digunakan perusahaan untuk mempengaruhi penjualan sehubungan dengan harga jual adalah diskon harga. Perusahaan berupaya membuat tingkatan diskon sesuai dengan jumlah pembelian, dimana semakin besar jumlah pembelian maka diskon harga yang ditawarkan semakin besar (Saragih,2015).

2.4. Keberhasilan Usaha

2.4.1. Pengertian Keberhasilan Usaha

Keberhasilan usaha sangat identik dengan kemajuan suatu perusahaan atau bisnis. Berusaha lebih dilihat dari bagaimana seseorang bisa membentuk, mendirikan, serta menjalankan suatu usaha dari sesuatu yang tadinya tidak berbentuk, tidak berjalan atau mungkin tidak ada sama sekali. Seberapapun kecilnya ukuran suatu usaha jika dimulai dari nol dan bisa berjalan dengan baik maka nilai perusahaannya jelas lebih berharga daripada sebuah organisasi besar yang dimulai dengan bergemilang fasilitas (Susanto,2019)

Menurut Primiana dalam Risma Hanifah (2017) menyatakan bahwa keberhasilan usaha adalah suatu keadaan terpenuhinya modal dalam menjalankan usaha yang dilakukan dengan mengutamakan produktivitas dan dapat mencapai tujuan yang ingin dicapai. Adanya produktivitas dalam menjalankan usaha akan menghasilkan banyak output produksi dengan maksimal.

Menurut Waridah dalam Nugroho Setiawan (2017) mengatakan bahwa keberhasilan usaha adalah meningkatnya suatu aktivitas usaha yang diraih oleh pengusaha yang dapat berupa peningkatan pendapatan yang dapat dihasilkan dalam kurun waktu tertentu. Aktivasnya dapat melakukan dengan mengolah kemampuan kreativitas dan inovasi yang mempunyai peranan yang sangat penting untuk keberhasilan usaha yang dijalankan (Trustorini Handayani, 2017:38).

Berdasarkan mendefenisian keberhasilan usaha diatas, maka dapat disimpulkan bahwa keberhasilan usaha adalah suatu kondisi yang terjadi apabila berdasarkan adanya peningkatan omset dalam kurun periode waktu tertentu yang dihasilkan dari produktivitas usaha dan volume penjualan yang signifikan atau yang tinggi, sehingga dapat mengarahkan pada tujuan yang ingin diraih.

2.4.2. Ciri-ciri Keberhasilan Usaha

Menurut Kasmir dalam Drastian Yuseima (2018) terdapat ciri-ciri pengusaha yang dapat memperoleh keberhasilan usaha adalah sebagai berikut :

1. Memiliki visi dan tujuan yang jelas

Memiliki visi dan tujuan yang jelas akan menjadi hal yang sangat baik dan positif.

2. Inisiatif dan selalu proaktif

Memiliki sikap yang inisiatif dan selalu proaktif akan memberikan suatu hal yang baik bagi perkembangan sikap yang dimiliki oleh pengusaha untuk selalu siap dan cepat tanggap dalam menanggapi berbagai peluang yang ada, sehingga dapat tercipta keberhasilan usaha.

3. Berorientasi pada prestasi

Berorientasi pada prestasi dapat diwujudkan dengan kemampuan untuk memanfaatkan peluang usaha yang datang agar dapat menghasilkan pendapatan dan keuntungan dalam bisnis.

4. Berani mengambil resiko

Dengan berani mengambil risiko yang ada, pengusaha telah menunjukkan kesiapan dalam menanggapi peluang.

5. Kerja keras

Mengandalkan sikap kerja keras dengan melakukan segala tindakan bersungguh-sungguh, dengan kerja keras maka dapat menghasilkan sesuatu sesuai dengan keinginan.

6. Bertanggung jawab terhadap segala aktivitas yang dijalankannya

Dengan bertanggung jawab mengenai berbagai aktivitas yang dilakukan akan membuat seseorang itu sadar akan pentingnya sebuah tanggung jawab.

7. Komitmen pada berbagai pihak

Terjalinnnya komitmen pada berbagai pihak yang ada akan memberikan kemudahan dalam membentuk hubungan yang saling menguntungkan.

8. Mengembangkan dan memelihara hubungan baik dengan berbagai pihak
Dengan mengembangkan dan memelihara agar dapat terciptanya hubungan yang baik antara pihak yang satu dengan pihak lain akan menghasilkan tindakan yang positif bagi kelangsungan usaha.

2.4.3. Faktor-faktor Keberhasilan Usaha

Menurut Suryana dalam Nugroho Setiawan (2017) terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha yaitu sebagai berikut :

1. Kemampuan dan Kemauan

Untuk dapat memperoleh keberhasilan usaha perlu untuk memiliki kemampuan dan kemauan. Dengan memiliki kemampuan membangun dan mengembangkan usaha yang disertai dengan kemauan yang kuat untuk mencapai kesuksesan, maka dapat diwujudkan keberhasilan usaha.

2. Tekad yang kuat dan kerja keras

Seorang pengusaha harus memiliki tekad yang kuat untuk membangun usahanya agar meraih keberhasilan usaha dan prosesnya disertai dengan kerja keras bersungguh-sungguh untuk dapat mencapai tujuan tersebut.

3. Mengenal peluang yang ada dan berusaha meraihnya

Dalam proses meraih keberhasilan, seorang pengusaha harus dapat meraih peluang yang ada.

Menurut Alfina D. Ratnasari (2017) terdapat faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan usaha yaitu sebagai berikut :

1. Modal usaha

Modal usaha sangat diperlukan dalam membangun usaha, dengan menggunakan jumlah modal yang tepat sesuai dengan kebutuhan maka akan membuat usaha yang dijalankan berjalan dengan baik.

2. Pengalaman usaha

Memiliki pengalaman dalam menjalankan usaha tentunya menjadi poin yang baik sehingga pengusaha dapat lebih mengetahui segala informasi yang diperlukan dalam menjalankan usahanya saat ini, dengan mengetahui maka pengusaha dapat bertindak dengan sebaik mungkin.

3. Tingkat pendidikan

Semakin tingginya tingkat pendidikan akan semakin meningkatkan potensi dan kemampuan yang dimiliki untuk menjalankan usaha, sehingga usaha yang dijalankan akan memiliki kecakapan dan keberhasilan lebih besar dikarenakan memiliki kepintaran dan pemahaman yang baik akan suatu hal yang telah terjadi dan yang akan terjadi.

4. Tenaga kerja

Memiliki tenaga kerja yang memiliki kualitas dan kemampuan yang baik dalam menjalankan usaha yang disertai dengan sikap yang produktif dan efisien dapat meningkatkan potensi keberhasilan usaha yang lebih baik.

2.4.4. Indikator Keberhasilan Usaha

Menurut Suryana dalam Salma S. Fauziah (2018) mengungkapkan bahwa terdapat beberapa indikator keberhasilan usaha yaitu sebagai berikut :

1. Modal

Modal sangat diperlukan dalam membangun usaha, dengan menggunakan jumlah modal yang tepat sesuai dengan kebutuhan maka akan membuat usaha yang dijalankan berjalan dengan baik dan lancar. Sehingga dapat terjadi aktivitas operasional yang baik dan mendukung akan perkembangan usaha yang dijalankan dengan upaya yang maksimal.

2. Pendapatan

Pengusaha harus dapat memperoleh pendapatan yang baik untuk dapat mencukupi kebutuhan operasional dan kebutuhan lainnya, untuk itu semakin besar pendapatan yang diperoleh maka akan semakin baik bagi kelangsungan hidup usaha yang dijalankan. Dengan meningkatnya pendapatan dapat terjadi peningkatan dan perluasan usaha.

3. Volume Penjualan

Dengan volume penjualan yang semakin besar maka akan semakin besar pula pendapatan yang dapat diperoleh, sehingga akan lebih baik jika pengusaha mampu untuk menjaga volume penjualan agar tetap tinggi dengan menerapkan hal-hal yang dapat meningkatkan volume penjualan. Dengan volume penjualan yang tinggi maka kelangsungan hidup usaha akan tetap berjalan dengan baik sebagaimana mestinya.

4. Output Produksi

Output produksi yang dihasilkan dari hasil menjalankan usaha perlu memiliki kualitas yang baik dan dapat menarik bagi masyarakat untuk membeli produk agar dapat membuat volume penjualan tinggi dan memperoleh pendapatan yang besar untuk kegiatan operasional. *Output* produksi yang baik dapat membuat volume penjualan baik.

5. Tenaga Kerja

Memiliki tenaga kerja yang memiliki kualitas dan kemampuan yang baik dalam menjalankan usaha yang disertai dengan sikap yang produktif dan efisien dapat meningkatkan potensi keberhasilan usaha yang lebih baik, terlebih akan semakin baik jika ada pelatihan bagi tenaga kerja. Adanya pelatihan dapat membuat tenaga kerja lebih siap untuk bekerja produktif.

2.5. Pengaruh Antar Variabel

Keberhasilan suatu usaha dalam melakukan pemasaran produk yang berkualitas tentu akan mempengaruhi omset penjualan maka dari itu pengaruh dari kualitas pemasaran akan selalu diikuti dengan keberhasilan suatu usaha. Oleh karena itu, diperlukan sejumlah faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan suatu usaha. Maka dalam menunjang kelancaran pemasaran produk dari produsen kepada konsumen diperlukan adanya lokasi penjualan, inovasi usaha, harga produk yang ditawarkan. Dimulai dari penentuan lokasi yang bagus dan strategis akan mempermudah konsumen berkunjung. Semakin strategis penentuan lokasi akan mendatangkan pengunjung yang lebih banyak sehingga dapat membantu omset penjualan bertambah. Begitupula untuk faktor inovasi penjualan. Inovasi yang baik yaitu inovasi yang berupa pengembangan dan pengenalan dari suatu produk yang baru dan berhasil dipasarkan, inovasi produk dapat berupa perubahan desain maupun komponen dari produk tersebut. Selanjutnya faktor harga suatu produk juga akan mempengaruhi suatu keberhasilan usaha, sebab jika harga suatu produk juga mencerminkan rasa dari produk tersebut maka konsumen akan puas dan diikuti oleh meningkatnya konsumen sehingga jika konsumen meningkat maka omset penjualan akan bertambah dan keberhasilan usaha akan ditemukan.

Dalam rangka menciptakan keberhasilan usaha, perusahaan harus menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk mempertahankan pelanggan dan

memperoleh pelanggan baru serta menciptakan pelanggan yang loyal. Selain dari segi inovasi juga ada dari segi inovasi, suatu usaha dapat berjalan dan berkembang dengan diperlukan sebuah terobosan baru (inovasi) terhadap usaha yang sedang dijalankan. Sejalan dengan beberapa faktor yang menjadi pengaruh keberhasilan usaha diatas, maka semakin baik pelayanan, harga produk yang terjangkau, lokasi yang strategis, dan inovasi usaha yang kreatif akan mendukung suatu keberhasilan usaha tersebut.

2.6. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan sebagai acuan atau pedoman dalam penyusunan materi penelitian. Adapun penelitian terdahulu yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian	Hasil Penelitian
1	Novita Eka Sari dan Nurhasanah (2018)	Pengaruh Lokasi dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kawasan Wisata Gentala Arasy Kota Jambi P-ISSN: 2580-1244 E-ISSN: 2580-2305	Menggunakan lokasi dan kreativitas sebagai variabel <i>independen</i> serta keberhasilan usaha sebagai variabel <i>dependen</i> .	Menggunakan lokasi dan sampel penelitian berbeda.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan lokasi dan kreativitas (inovasi) berpengaruh terhadap keberhasilan usaha.
2	Hari Susanto (2019)	Analisis Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Lokasi Usaha Dan Kreativitas Pengusaha Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Usaha Kecil Menengah (UMKM) (Studi Kasus Usaha-Usaha Kecil Menengah Di Sampit) ISSN: 2503-4901	Menggunakan lokasi dan kreativitas sebagai variabel <i>independen</i> serta keberhasilan usaha sebagai variabel <i>dependen</i> .	Menggunakan pengetahuan kewirausahaan sebagai variabel <i>independen</i> serta lokasi dan sampel penelitian berbeda.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan pengetahuan kewirausahaan, lokasi usaha dan kreativitas pengusaha mempunyai pengaruh yang sangat signifikan terhadap keberhasilan usaha.
3	Mohamad Fauzi dan Tjiptogoro Dinarjo Soehari (2020)	<i>The Effect of Entrepreneurial Attitudes, Innovation and Creativity on Business Success in The Garment</i>	Menggunakan inovasi sebagai variabel <i>independen</i> serta keberhasilan	Menggunakan sikap wirausaha dan kreativitas sebagai variabel <i>independen</i> serta lokasi dan sampel penelitian	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan sikap kewirausahaan, inovasi dan

		<i>Industry (Cv. Celbym and Yeiko)</i> P-ISSN: 2686-5211 E-ISSN:2686-522X	usaha sebagai variabel <i>dependen</i> .	berbeda.	kegiatan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan usaha.
4	Shofia Amin dan Indra Jaya (2019)	<i>Creativity and Innovation in Achieving Succes in Traditional Cake Businesses</i> P-ISSN: 2338-4603 E-ISSN: 2355-8520	Menggunakan inovasi sebagai variabel <i>independen</i> serta keberhasilan usaha sebagai variabel <i>dependen</i> .	Menggunakan sikap wirausaha dan kreativitas sebagai variabel <i>independen</i> serta lokasi dan sampel penelitian berbeda.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kreativitas dan inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha.
5	Evi Fauzani dan Etty Siswati (2020)	Analisa dampak Motivasi, Inovasi, dan Lokasi Pada Keberhasilan Usaha Kue Tradisional Holala Kota Jambi E-ISSN: 2721-9275	Menggunakan lokasi, inovasi sebagai variabel <i>independen</i> serta keberhasilan usaha sebagai variabel <i>dependen</i>	Menggunakan motivasi sebagai variabel <i>independen</i> serta lokasi dan sampel penelitian berbeda	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial motivasi dan inovasi tidak berpengaruh terhadap keberhasilan usaha, sementara itu secara simultan motivasi, inovasi dan lokasi berpengaruh terhadap keberhasilan usaha
6	Hendra Pure (2013)	Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca ISSN: 2303-1174	Menggunakan lokasi, harga, kualitas pelayanan sebagai variabel <i>independen</i>	Menggunakan keberagaman produk sebagai variabel <i>independen</i> dan minat beli sebagai variabel <i>dependen</i> serta lokasi dan sampel penelitian berbeda	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lokasi, keberagaman produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap minat beli.
7	Alegree,I dan Berbegal-Mirabent,J (2016)	<i>Social Inovation Succes Factors: Hospitality and Tourism Social Enterprises</i>	Menggunakan Inovasi sebagai variabel <i>independent</i> dan Keberhasilan Usaha sebagai <i>Dependent</i>	Menggunakan <i>social experiment</i> sebagai variabel <i>independen</i> serta lokasi dan sampel penelitian berbeda	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi menjadi faktor yang berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keberhasilan usaha.
8	Gilinsky, Armand., dkk (2008)	<i>Desperately Seeking Serendipity: Exploring the Impact of Country Location On Innovation in the</i>	Menggunakan Inovasi dan lokasi sebagai variabel <i>independent</i> dan	Menggunakan lokasi dan sampel penelitian berbeda.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lokasi dan inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap

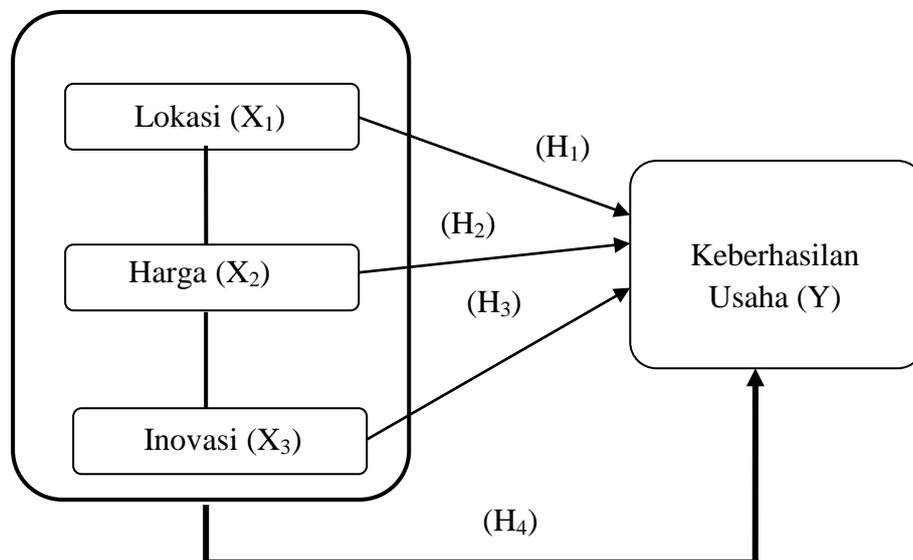
		<i>Wine Industry</i>	Keberhasilan Usaha sebagai <i>Dependent</i>		keberhasilan usaha
9	Lai, Aurel., Widjaja, Oey H (2023)	Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Kreativitas Dan Inovasi Terhadap Keberhasilan UMKM Kedai Kopi	Menggunakan Inovasi sebagai variabel <i>independent</i> dan Keberhasilan Usaha sebagai <i>Dependent</i>	Menggunakan kewirausahaan kreativitas sebagai variabel <i>independen</i> serta lokasi dan sampel penelitian berbeda	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara signifikan inovasi berpengaruh terhadap keberhasilan usaha di UMKM Kedai Kopi.
10	Alwi, Farhan Al-May dan Mulyono, Joko	Pengaruh Harga, Lokasi, Kualitas Pelayanan, Dan Fasilitas, Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan “Menantea Café” Teluk Jambe Karawang.	Menggunakan Harga dan Lokasi sebagai variabel <i>independent</i>	Menggunakan Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Kualitas Produk sebagai variabel <i>independen</i> dan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel <i>dependent</i> serta lokasi dan sampel penelitian berbeda.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara signifikan Harga dan Lokasi berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan “Menantea Café” Teluk Jambe Karawang.
11	Tamba, Rousdy Safari., Nurfadillah, Siti (2023)	Pengaruh Inovasi dan Kualitas Produk Terhadap Keberhasilan Usaha Pada <i>Home Industry</i> Sepatu Di Balaraja Tangerang	Menggunakan Inovasi sebagai variabel <i>independent</i> dan Keberhasilan Usaha sebagai <i>Dependent</i>	Menggunakan kualitas produk sebagai variabel <i>independen</i> serta lokasi dan sampel penelitian berbeda.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara signifikan inovasi berpengaruh terhadap keberhasilan usaha Pada <i>Home Industry</i> Sepatu Di Balaraja Tangerang.
12	Haimda, Rahma dan Nurnadia (2023)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus Pada Es Jeruk Akang Jln. Cendrawasih Kelurahan Pasir Putih, Kecamatan Jambi Selatan, Kota Jambi)	Menggunakan Harga dan Lokasi sebagai variabel <i>independent</i> dan Keberhasilan Usaha sebagai <i>Dependent</i>	Menggunakan kualitas pelayanan sebagai variabel <i>independen</i> serta lokasi dan sampel penelitian berbeda.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial Harga dan Lokasi berpengaruh terhadap keberhasilan usaha (Studi Kasus Pada Es Jeruk Akang Jln. Cendrawasih Kelurahan Pasir Putih, Kecamatan Jambi Selatan, Kota Jambi).
13	Ulum, Panji dan Rusnaini, Sasmita (2023)	Pengaruh Lokasi dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha pada UMKM Kuliner Muaro	Menggunakan Inovasi Produk dan Lokasi sebagai variabel	Menggunakan lokasi dan sampel penelitian berbeda	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial Harga dan Lokasi berpengaruh terhadap

		Bungo	<i>independent</i> dan Keberhasilan Usaha sebagai <i>Dependent</i>		keberhasilan usaha pada UMKM Kuliner Muaro Bungo.
14	Juliani, Tri Gita (2023)	Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Promosi dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha Seblak Padarame Di Graha Asri Cikarang.	Menggunakan Inovasi Produk dan Lokasi sebagai variabel <i>independent</i> dan Keberhasilan Usaha sebagai <i>Dependent</i> .	Menggunakan kualitas pelayanan dan Kualitas Produk, serta Promosi sebagai variabel <i>independen</i> serta lokasi dan sampel penelitian berbeda.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial Inovasi Produk dan Lokasi berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pada Seblak Padarame Di Graha Asri Cikarang.

2.7. Kerangka Penelitian

Berdasarkan kajian teori yang dikemukakan diatas, dalam kerangka penelitian ini dipengaruhi. Kerangka konseptual penelitian ini disajikan dalam gambar berikut:

Gambar 2.1



2.8. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap perumusan masalah penelitian yang bertujuan mengarahkan dan memberikan pedoman dalam pokok permasalahan serta tujuan penelitian. Berdasarkan latar belakang masalah hipotesis sementara dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. H1 : Lokasi tidak mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap keberhasilan usaha.
Ha : Lokasi mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap keberhasilan usaha.
2. H1 : Harga tidak mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap keberhasilan usaha.
Ha : Harga mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap keberhasilan usaha.
3. H1 : Inovasi tidak mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap keberhasilan usaha.
Ha : Inovasi mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap keberhasilan usaha.
4. H1 : Lokasi, Harga, Inovasi tidak mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap keberhasilan usaha.
Ha : Lokasi, Harga, Inovasi mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap keberhasilan usaha.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Perlu dideskripsikan untuk mengungkap dan memperjelas hubungan antara konsep dan realitas, penelitian jenis ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Tujuan dari strategi ini adalah untuk memperjelas bagaimana lokasi, harga, dan inovasi usaha mebel di Kecamatan Mersam mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kajian ini merekam, menganalisis, dan menginterpretasikan kondisi terkini secara deskriptif. Analisis deskriptif penelitian ini bertujuan untuk mengumpulkan informasi sebanyak-banyaknya tentang usaha mebel di Kecamatan Mersam, keberhasilan usaha berpengaruh terhadap lokasi, harga, dan inovasi.

3.2. Tempat dan Objek Penelitian

Inti dari masalah penelitian adalah objek penelitian ini yakni usaha mebel di Kecamatan Mersam menjadi subjek penelitian ini.

3.3. Sumber Data

Jenis data yang dibutuhkan dalam penelitian ini berdasarkan sumbernya adalah data: (1) primer, dan (2) sekunder.

a. Data Primer

Menurut Hanke dan Reits (1998) dalam (Hamid dan Susilo,2011) ata primer biasanya diperoleh dengan *survey* lapangan yang menggunakan semua metode pengumpulan data orisinal. Selanjutnya data primer dapat didefinisikan sebagai data yang dikumpulkan dari sumber-sumber asli.

Data primer adalah informasi yang dikumpulkan di lapangan melalui wawancara, observasi, dan metode lainnya. Pendapat subjek (orang), baik secara individu maupun kelompok, temuan dari pengamatan benda fisik, peristiwa atau kegiatan, dan hasil tes adalah contoh data primer.

Wawancara dengan Owner usaha mebel di Kecamatan Mersam dan Pelanggan usaha mebel di Kecamatan Mersam menjadi data primer untuk penelitian ini. Yang beralamat di Jln. Jambi-Muara Bungo,Kota Jambi, Indonesia.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang penelitiannya diperoleh secara tidak langsung melalui perantara atau diperoleh dan dicatat oleh pihak lain. Data sekunder juga dapat diperoleh langsung dari sumbernya. Bukti, catatan sejarah, dan laporan yang telah disusun dalam arsip juga dikenal sebagai film dokumenter yang diterbitkan dan tidak diterbitkan adalah contoh data sekunder. Data sekunder penelitian ini berasal dari dokumen atau sumber tertulis lainnya.

3.4. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimplannya (Sugiyono,2014). Dalam penelitian ini telah ditentukan dua variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas atau variabel *independent* dalam penelitian ini adalah Lokasi (X1), Harga (X2), Inovasi (X3), sedangkan untuk variabel terikat atau variabel *dependent* pada penelitian ini adalah Keberhasilan Usaha (Y). Adapun definisi variabel dan skala pengukuran masing-masing variabel dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.1 Variabel Penelitian

Variabel	Defenisi	Indikator	Pengukuran
Lokasi	Lokasi usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan, ini berarti bahwa lokasi yang strategis dapat menarik konsumen sehingga usaha berdagang lancar dan meningkatkan pendapatan (Husaini,et all.,2017).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ketersediaan lahan parkir 2. Memiliki tempat yang cukup luas 3. Lokasi banyak dilalui alat transportasi 4. Lokasi yang strategis 	Ordinal
Inovasi	Menurut Tjiptono inovasi produk bias diartikan sebagai implementasi praktis sebuah gagasan kedalam produk atau proses baru (Al Rasyid dan Indah,2018).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keunggulan <i>relative</i> 2. Kompatibilitas 3. Kerumitan 4. Kemampuan diujicobakan 5. Kemampuan Diamati 	Ordinal
Harga	Harga adalah sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa dan dapat juga dikatakan penentuan nilai suatu produk dibenak konsumen (Amanah,2010).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat 	Ordinal
Keberhasilan Usaha	Keberhasilan usaha adalah suatu kondisi yang terjadi apabila berdasarkan adanya peningkatan omset atau pendapatan dalam kurun periode waktu tertentu yang dihasilkan dari kegiatan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Modal 2. Pendapatan 3. Volume Penjualan 4. Output Produksi 5. Tenaga Kerja 	Ordinal

3.5. Populasi dan Sampel

3.5.1. Populasi

Area generalisasi yang dikenal sebagai populasi terdiri dari hal-hal atau orang-orang dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang dipilih peneliti untuk diselidiki dan ditarik kesimpulannya. Populasi penelitian ini terdiri dari pelaku usaha pada usaha mebel di Kecamatan Mersam yang jumlahnya sebanyak 42 usaha.

3.5.2. Sampel

Sampel yang diambil pada penelitian ini keseluruhan populasi yaitu sebanyak 42 pelaku usaha mebel di Kecamatan Mersam yang jumlahnya sebanyak 42 usaha.

3.6. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data karena bukti penelitian diperlukan untuk mendapatkan data akurat yang mengarah pada kebenaran, maka digunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

a. Observasi

Pengamatan Istilah "metode pengamatan" mengacu pada pengamatan sistematis dan pencatatan fenomena yang diselidiki. Namun, dalam arti yang lebih luas, "pengamatan" mencakup lebih dari sekedar pengamatan yang dilakukan secara langsung atau tidak langsung. Data subjek penelitian dapat dikumpulkan secara sistematis dan langsung dengan menggunakan pendekatan ini. Dalam hal ini, peneliti menggunakan teknik observasi untuk mengumpulkan data yang komprehensif tentang keberhasilan usaha, lokasi, harga, dan inovasi di usaha mebel di Kecamatan Mersam, dan lokasi sekitar usaha lainnya.

b. Angket

Sejumlah pertanyaan tertulis digunakan dalam kuesioner untuk mendapatkan informasi dari responden, seperti laporan pribadi atau informasi yang sudah mereka ketahui. Kuesioner dibagikan kepada responden yang pernah membeli pada usaha mebel di Kecamatan Mersam melalui pernyataan tertutup dan langsung mengenai variabel lokasi, harga, dan inovasi terhadap keberhasilan usaha.

c. Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata “*document*” yang artinya hal-hal yang tertulis. Peneliti menggunakan metode dokumentasi untuk memeriksa bahan tertulis seperti jurnal, buku, majalah, dokumen, dan sebagainya. Metode pengumpulan data verbal mengenai inovasi produk, dan kepuasan pelanggan pada usaha mebel di Kecamatan Mersam dihubungkan dengan sejarah dan geografi, struktur organisasi visi dan misi usaha mebel di Kecamatan Mersam, dan keadaan usaha mebel saat ini melalui dokumentasi ini.

3.7. Teknik Pengumpulan Data

Meskipun ada berbagai metode pengambilan sampel, penelitian ini menggunakan *simple random sampling*, juga dikenal sebagai *Random Sampling*, yang memastikan bahwa setiap unit penelitian atau segmen populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel.

3.8. Teknik Analisis Data

Metode analisis data pada penelitian ini menggunakan metode deskriptif yaitu dengan cara mengumpulkan data-data yang akan diolah dan dibuat suatu rumusan sehingga akhirnya sampai pada suatu kesimpulan. Data yang diolah merupakan data primer yang dikumpulkan dari kuesioner yang disusun berdasarkan indikator dalam variabel dengan menggunakan skala *likert* 1 - 5.

Metode analisis menggunakan model persamaan struktural (*Structural Equation Modelling*) berbasis varian yaitu *Partial Least Square* (PLS) sebagai alat analisis untuk melakukan pengujian dengan bantuan program SmartPLS 3.0. Jenis penelitian berdasarkan kedalaman analisis data pada penelitian ini termasuk dalam penelitian *explanatory* yaitu melakukan uji hipotesis ada tidaknya hubungan atau pengaruh antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).

Pada penelitian ini terdapat 4 (empat) konstruk eksogen dan 1 (satu) konstruk endogen. Konstruk eksogen merupakan konstruk yang tidak diprediksi oleh konstruk lain dalam model dan biasa disebut juga dengan variabel independen (X) meliputi:

1. Lokasi
2. Harga
3. Inovasi

Sedangkan konstruk endogen merupakan konstruk yang diprediksi oleh satu atau beberapa konstruk eksogen dan hanya dapat berhubungan kausal dengan konstruk endogen dan biasa disebut dengan variabel dependen (Y) meliputi:

1. Keberhasilan Usaha

Konstruk (faktor) dan dimensi-dimensi yang akan diteliti dari model teoritis diatas diuraikan sebagai berikut:

Tabel 3.4 Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel	Indikator	Jumlah Item
Lokasi	X1 : Ketersediaan lahan parkir	3
	X2 : Memiliki tempat yang cukup luas	3
	X3: Lokasi banyak dilalui alat transportasi	3
	X4 : Lokasi yang strategis	3
Harga	X5 : Keterjangkauan harga	3
	X6 :Kesesuaian harga dengan kualitas produk	3
	X7 : Daya saing harga	3
	X8 : Kesesuaian harga dengan manfaat	3
Inovasi	X9 : Keunggulan <i>relative</i>	3
	X10 : Kompatibilitas	3
	X11 : Kerumitan	3
	X12 : Kemampuan diujicobakan	3
Keberhasilan Usaha	X13 : Kemampuan Diamati	3
	Y1 : Modal	3
	Y2 : Pendapatan	3
	Y3 : Volume Penjualan	3
	Y4 : Output Produksi	3
	Y5 : Tenaga Kerja	3

Sumber : (Hudin & Riana, 2016)

3.8.1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui nilai-nilai variabel. Dalam analisis ini dilakukan pembahasan mengenai pengaruh lokasi, harga, serta inovasi terhadap keberhasilan usaha. Kuesioner digunakan untuk mengarahkan responden dan digunakan untuk mengumpulkan data tentang lokasi, harga, dan inovasi terhadap keberhasilan usaha. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert dengan pertanyaan tentang ketentuan dan bobot skala *likert*, dengan jawaban mulai dari 1 sampai dengan 5 yang dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 3.2 Skala Likert (Ordinal)

Simbol	Keterangan	Bobot/Nilai
STS	Sangat tidak setuju	1
TS	Tidak Setuju	2
N	Netral	3
S	Setuju	4
SS	Sangat Setuju	5

Agar lebih mudah dalam menginterpretasikan variabel yang sedang diteliti, dilakukan kategorisasi terhadap persentase skor tanggapan responden yang diperoleh dengan menggunakan kriteria sebagai berikut:

a. Rentang Skala

$$RS = N \frac{(m - 1)}{m}$$

Keterangan:

RS: Rentang skala

N : Jumlah sampel

M : Data tertinggi

Sehingga,

$$RS = 42 \frac{(5 - 1)}{5} = 33,6$$

b. Rentang Skor

$$\begin{aligned} \text{Rentang skor terendah} &= N \times \text{skor terendah} \\ &= 42 \times 1 \\ &= 42 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Rentang skor tertinggi} &= N \times \text{skor tertinggi} \\ &= 42 \times 5 \\ &= 210 \end{aligned}$$

Sesuai dengan skala penilaian yaitu skala likert 1-5, maka kategori pengklasifikasian pada variabel penelitian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.3 Rentang Pengklasifikasian Variabel

Bobot Skala	Kategori			
	Lokasi	Harga	Inovasi	Keberhasilan Usaha
176,5 – 210	Sangat Tinggi	Sangat Tinggi	Sangat Tinggi	Sangat Tinggi
142,9 – 176,4	Tinggi	Tinggi	Tinggi	Tinggi
109,3 – 142,8	Cukup	Cukup	Cukup	Cukup
75,7 – 109,2	Rendah	Rendah	Rendah	Rendah
42 – 75,6	Sangat Rendah	Sangat Rendah	Sangat Rendah	Sangat Rendah

Penelitian ini menggunakan model kesuksesan sistem informasi DeLone dan McLean (2003) yang diuji dengan aplikasi SmartPLS 3.0 seperti pada gambar berikut:

Setelah data dari kuesioner terkumpul, selanjutnya dilakukan Analisa SEM menggunakan pendekatan *Partial Least Square* (PLS) yang dilakukan melalui dua tahap, yaitu: Pertama, menilai *outer model* atau model pengukuran. Kedua, menilai *inner model* atau model struktural (Rahmatussani et al., 2020).

3.8.2. Analisis *Structural Equation Model* (SEM)

Penelitian ini membutuhkan analisis data dan interpretasinya yang bertujuan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti dalam rangka mengungkapkan fenomena sosial tertentu. Oleh karena itu berdasarkan dengan kebutuhan peneliti yang menggunakan teknik analisis data dengan SEM (*Structural Equation Model*).

Model yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah model kualitas atau biasa disebut hubungan pengaruh. Yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang akan diajukan dalam penelitian ini maka teknik analisis dipilih untuk digunakan oleh peneliti adalah SEM (*Structural Equation Model*) yang dioperasikan melalui aplikasi *Smart-PLS*. *Partial Least Square* (PLS) adalah suatu metode analisis yang berkemampuan menjelaskan hubungan antar variabel serta berkemampuan melakukan analisis dalam sekali pengujian. Tujuan lain dari PLS adalah membantu peneliti dalam mengkonfirmasi teori dan untuk menjelaskan ada atau tidaknya hubungan antara variabel laten (tak terukur langsung) dan diukur dengan menggunakan indikator-indikator sehingga peneliti dapat menganalisis dengan perhitungan yang jelas dan terperinci.

SEM adalah analisis yang paling tepat dalam metode analisis *multivariate*, yang mana skala yang akan digunakan adalah rasio/nominal. Dalam beberapa

problem seperti ini, peneliti harus menggunakan variabel laten (variabel yang tidak dapat diukur dengan langsung secara lurus, namun peneliti harus memperhatikan beberapa pertimbangan yang dinamakan indikator.

3.8.3. *Partial Least Square (PLS)*

1. **Analisa Penilaian *Outer Model* atau *Measurement Model***

Model evaluasi PLS dilakukan dengan menilai *outer model* dan *inner model* (Ardiansyah, 2016). Analisa *outer model* dilakukan untuk memastikan bahwa *measurement* yang digunakan layak untuk dijadikan pengukuran (valid dan reliabel), pengujian yang dilakukan pada *outer model* terdiri dari uji *Convergent Validity*, *Discriminant Validity*, *Average Variance Extracted (AVE)*, *Composite Reliability* dan *Cronbach Alpha* (Paulus & Wardhani, 2018). Menurut Ghozali, *outer model* disebut juga sebagai *outer relation* atau *measurement model* yang mendefinisikan pada setiap indikator berhubungan dengan variabel lainnya. Terdapat tiga kriteria untuk menilai *outer model* yaitu *Convergent Validity*, *Discriminant Validity* dan *Composite Reliability* (Purwaningsih & Kusuma Damar, 2015).

- a. Menurut Ghozali, *Convergent Validity* merupakan pengukuran besarnya korelasi antara konstruk dengan variabel lain. Evaluasi *Convergent Validity* dari pemeriksaan individual item reliability, dapat dilihat dari nilai *standarized loading factor*. Pengukuran (indikator) konstruk nilai *loading factor* diatas 0,70 dapat dikatakan ideal, artinya indikator dikatakan valid sebagai indikator yang mengukur konstruk. Meskipun demikian, nilai *standarized loading factor* diatas 0,5 dapat diterima, sedangkan dibawah 0,5 dikeluarkan dari model (Khotimah, 2018).
- b. *Discriminant Validity* di evaluasi melalui *cross loading* yang kemudian membandingkan nilai AVE dengan kuadrat nilai korelasi antar konstruk (atau membandingkan akar AVE dengan korelasi antar konstruk). Ukuran *cross loading* adalah membandingkan korelasi indikator dengan konstraknya dan konstruk dari blok lainnya, untuk ukuran *discriminant validity* lainnya adalah akar AVE harus lebih tinggi dari pada korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya atau nilai AVE lebih tinggi dari kuadrat korelasi antar konstruk (Khotimah, 2018).

c. Menurut Sholihin dan Ratmono, *Composite Reliability* dapat dilihat dari nilai *latent variable coefficient*. Dari output ini, maka kriteria dilihat dari dua hal yaitu *composite reliability* dan *cronbach's alpha*. Keduanya harus bernilai di atas 0,70 sebagai syarat reliabilitas (Khotimah, 2018).

d. *One Order Confirmatory*

Factor Analysis Model one order yang digunakan dalam penelitian ini, dimana semua variabel diwakili oleh item, termasuk model konstruk. Analisis dalam PLS berpindah dari konstruksi laten ke item untuk setiap variabel, seperti dalam pengujian konstruksi satu urutan. Jika t-statistik lebih besar dari 1,96 tabel koefisien jalur *bootstrapping* akan mengungkapkan tingkat signifikansi masing-masing indikator konstruk (dimensi) pada variabel laten.

2. Analisa Penilaian *Inner Model* atau *Structural Model*

Analisis *inner model* tujuannya untuk mengetahui keakuratan model struktural yang dibangun. Beberapa indikator yang dapat digunakan adalah Koefisien Determinasi (R^2) dan *Predictive Relevance* (Q^2) (Supandia & Mutmainatus S, 2020). Model struktural (*inner model*) merupakan pola hubungan variabel penelitian. Evaluasi terhadap model struktural adalah dengan melihat koefisien antar variabel dan nilai koefisien determinasi (R^2) (Prayudi & Oktapiani, 2020). Evaluasi *inner model* dapat dilihat dari beberapa indikator yang meliputi, Koefisien Determinasi (R^2), *Predictive Relevance* (Q^2), *Goodness Of Fit Index* (GoF) (Ruhamak & Putra, 2020).

- a. Koefisien Determinasi (R^2) merupakan suatu nilai yang menunjukkan besarnya hubungan atau korelasi antar variabel. Nilai *R-Squared* berkisar antara $0 < R^2 < 1$ dimana semakin mendekati 1 maka semakin memiliki hubungan yang kuat, demikian pula sebaliknya. Koefisien determinasi yang digunakan merupakan nilai *adjusted R square* karena lebih dapat di percaya dalam mengevaluasi model regresi, nilai *adjusted R square* dapat naik atau turun apabila suatu variabel independen di tambahkan ke dalam model (Syukri & Hinaya, 2019).
- b. *Q-Square Predictive Relevance* (Q^2) adalah merupakan pengukur seberapa baik observasi yang dilakukan memberikan hasil terhadap model penelitian. Nilai *Q-Square Predictive Relevance* (Q^2) berkisar antara 0 (nol) sampai

dengan 1 (satu), semakin mendekati 0 nilai *Q-Square Predictive Relevance* (Q^2), memberikan petunjuk bahwa model penelitian semakin tidak baik, sedangkan sebaliknya semakin menjauh dari 0 (nol) dan semakin mendekati ke nilai 1 (satu), ini berarti model penelitian semakin baik (Maryani et al., 2020).

c. Uji Hipotesis.

Hipotesis merupakan pernyataan mengenai populasi yang perlu diuji kebenarannya, pengujian dilakukan dengan cara mengambil sampel dari populasi, hasil statistik dari sampel tersebut dapat digunakan untuk menguji pernyataan populasi, apakah bukti empiris dari sampel mendukung atau menolak pernyataan mengenai populasi, seluruh proses tersebut dikenal dengan pengujian hipotesis. Pada pendekatan PLS, uji hipotesis dapat dilakukan dengan menggunakan simulai melalui *software* SmartPLS 3.0 dengan dilakukan metode *bootstrapping* terhadap sampel. Pengujian *bootstrapping* dimaksudkan untuk meminimalkan masalah ketidaknormalan data penelitian. Saat melakukan sampel ulang bootstrap, sampel awal lengkap digunakan. Nilai P 0,05 dan $T_{statistic} > 1,96$ adalah ambang batas signifikansi yang diterima karena probabilitasnya adalah 0,05.

Metode dalam penelitian ini menggunakan *explanatory research*, dimana teknik analisis menggunakan analisis statistik dengan pengujian regresi, korelasi, determinasi dan uji hipotesis (Ariyanto et al., 2020). Secara umum metode *explanatory reseach* adalah pendekatan metode yang menggunakan PLS, hal ini disebabkan pada metode ini terdapat pengujian hipotesa, yang kemudian dilakukan analisa *outer* dan *inner model* langkah selanjutnya pengujian hipotesis.

Tabel 3.5 Kriteria Penilaian PLS

Kriteria	Penjelasan
Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	
<i>Convergent Validity</i>	Menurut Chin ukuran reflektif dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0,70 dengan konstruk yang ingin diukur. Namun demikian untuk penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran nilai <i>loading</i> 0,5 sampai 0,60 dianggap cukup.
<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	Nilai AVE harus diatas 0,50.
<i>Discriminant Validity</i>	Nilai indikator pada <i>cross loading</i> harus lebih tinggi dari indikator lainnya atau diatas >70.
<i>Composite Reliability</i>	<i>Composite reliability</i> diukur dari nilai <i>cronbach's alpha</i> dengan nilai diatas 0,50-0,60 dan <i>composite reliability</i> diatas 0,60.
Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	
<i>r-Square</i>	Nilai <i>R Square</i> harus besar dari 0.500 informasi berarti kemampuan variabel – variabel independen memberikan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

BAB IV

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

4.1. Sejarah Singkat Kecamatan Mersam

Sejak 1979, Dusun Mersam menjadi nama sebuah Kecamatan di Kabupaten Batang Hari, Jambi. Secara tradisional, desa mersam terletak di kawasan Marga Kembang Paseban. Mengacu pada Pasebanan yang artinya tempat musyawarah beberapa marga, antara lain Marga VII Koto, IX Koto dan Marga Jebu. Hingga saat ini gedung musyawarah dan siding masih berdiri di Desa Kembang Paseban.

Secara *administrative*, Mersam mengikuti piagam hutan tanah Mersam yang dibuat oleh Sultan Agung Seri Inga dilaga pada tahun 1276 H, bertepatan dengan tahun 1859 M. Berbatasan dengan hulu Muaro Sebo Ulu dan hilir Muaro Tembesi. Mengutip dari artikel Nurasikin bahwa nama Mersam merupakan gabungan dari imbuhan “*me*” dan “*resam*” yang mengacu pada tumbuhan Resam yang kuat. Kata “meresap” pada filosofi masyarakat Mersam yang kuat dalam menjalankan akhlak dan adat istiadat yang luhur. Lain halnya, menurut Hasan non Ismail Batoe, tokoh adat Mersam, menyebut Mersam diambil dari kata asam (beringasan). Menurutnya, masyarakat Mersam melakukan kekerasan karena memiliki banyak pendekar silat.

Pandangan ini sejalan dengan posisi Marga XII Koto yang juga terkadang diindentikkan dengan Marga Kembang Paseban sebagai pengamanan Negara. Setiap tahun mereka berpatroli di Sungai Batanghari Mulai dari Lembah Mersam, hingga Jambi Negri tepatnya. Namun jawaban ini terlalu filosofis, yang sepertinya kurang identik dengan kebiasaan masyarakat Melayu Jambi untuk menamai tempat dengan nama alam seperti sungai, gunung atau pepohonan seperti sungai Baung, Lubuk resam, Bukit kemuning dan lain-lain.

Dalam legenda disebutkan bahwa Mersam berasal dari kata Muaro Sungai Resam yang lama-kelamaan berubah menjadi mersam. Menurut legenda, ada tiga bersaudara yang berlayar ke hilir Sungai Batang Hari untuk membebaskan tanah tersebut. Dari waktu ke waktu ketiga bersaudara itu berhenti di daerah Mersam untuk membersihkan lahan. Suatu ketika mereka tidak setuju dan memutuskan untuk berpisah, kakak peratama melanjutkan perjalanan kehilir,

adik kedua kembali ke tempat asalnya, dan kakak laki-laki terus membersihkan tanah. Sebagai indikator mereka menanamkan kawasan Dusun Muaro sungai Resam karena terdapat Sungai Muaro yang ditumbuhi Resam. Sampai saat ini sungai tersebut masih ada, masyarakat sungai menyebutnya Sungai Mersam.

Tampaknya legenda diatas sesuai dengan dokumen paling awal dari Hindia Belanda tentang nama-nama desa di kesultanan Jambi. Pada masa pendudukan kota Jambi oleh negara bagian Jambi, Belanda sering mengikuti ekspedisi Sungai Batanghari, meski ekspedisi mendapat banyak perlawanan dari masyarakat hulu Jambi, namun kini memberikan manfaat yang besar untuk menulis cerita di Jambi. Diantara dokumen tersebut adalah jurnal geografi komunitas tahun 1876. Jurnal ini mencatat nama-nama dusun dari Muaro Kumpeh sampai Muaro Tebo, termasuk Dusun Mersam dan Moeara resam, Dusun Moeara Resam diapit oleh Dusun Sekati di hulu dan *Oedjong Tandjoeng* di hilir. Uniknya, pada awal abad ke-20, Belanda menggunakan kata Mersam untuk menyebut kawasan Kembang Paseban Marga. Ini bias dilihat di Koran *Bataviaasch* edisi 13 juli 1906.

Meski begitu, mereka tetap sadar bahwa meresam adalah nama pendek dari desa Muaro Resam. Maka ketika Belanda menanyakan nama desa tersebut, masyarakat itu disebut *Muara Resam*, secara bertahap kata “Meresam” mengubah skrip menjadi Mersam. Seiring dengan bertambahnya pengetahuan dan pengalaman Belanda di wilayah Jambi, mereka menulis Desa Muaro Resam sesuai dialek masyarakat alias Mersam. Catatan Belanda kemudian di serap kedalam bidang ketatanegaraan Indonesia sehingga nama Muaro Resam luntur dan hilang dalam ingatan masyarakat.

4.2. Profil Usaha Mebel Di Kecamatan Mersam

Usaha bisnis mebel merupakan usaha bisnis produk furn iture yang mana bisnis ini termasuk jenis bisnis dengan modal yang tidak sedikit. Membutuhkan modal yang tidak sedikit namun berpeluang sangat sukses kedepannya jika mengerti strategi atau seluk beluk usaha bisnis mebel. Usaha mebel di Kecamatan Mersam menyediakan beraneka produk furniture yang dipasarkan sangat beragam di antaranya adalah kursi tamu, kursi makan, lemari, tempat tidur, dan masih

banyak lainnya. Pada umumnya usaha mebel di Kecamatan Mersam memiliki dasar perjanjian dengan akad pengupahan atas jasa yang diberikan.

Rata-rata usaha mebel di Kecamatan Mersam dimulai dari hobi dan keinginan tertarik yang cukup tinggi terhadap usaha *furniture* sehingga selanjutnya mulai berniat membuka dan melakoni usaha mebel dengan tekad dan modal seadanya. Setelah berkembang barulah menambah modal dan mengembangkan jenis-jenis yang dihasilkan. Usaha mebel memberikan solusi bagi masyarakat dengan memenuhi kebutuhan yang dimodalkan dengan kepercayaan dari relasi atau kenalan yang ada di Kecamatan Mersam. Didukung dengan ketekunan, kerja keras, kejujuran, dan do'a membuat usaha mebel di Kecamatan Mersam perlahan mulai berkembang.

Seiring berjalannya waktu, usaha mebel di Kecamatan Mersam menunjukkan harapan bagi masyarakat yang menekuni usaha mebel, ada koperasi dan beberapa Bank yang mau memberikan pinjaman modal sehingga usaha mebel bias dikembangkan dengan seiring adanya modal tersebut. Semua produk yang ditawarkan dari usaha mebel di Kecamatan Mersam mengutamakan kualitas, menyediakan produksi jadi, menerima pesanan dari masyarakat sesuai dengan pesannya. Hal itu dikarenakan beberapa orang memiliki selera yang tidak sama dalam hal *furniture*.

Konsistensi pada usaha mebel juga diperlukan untuk membuat usaha mebel kian berkembang. Dalam menghadapi perkembangan dan pertumbuhan dalam dunia bisnis yang semakin pesat, usaha mebel ini juga dibutuhkan lokasi, harga, dan inovasi terhadap produk-produk usaha mebel agar konsumen bisa terus melakukan pembelian pada usaha mebel yang ada di Kecamatan Mersam, sehingga akan mengakibatkan keberhasilan usaha mebel terus meningkat.

Seluruh usaha mebel di Kecamatan Mersam dapat dijalankan dengan baik meskipun di beberapa usaha mebel sempat memiliki kendala seperti adanya kerusakan barang atau dimintanya pengembalian karena kualitas barang yang kurang bagus di beberapa pengantaran. Namun pengusaha usaha mebel berusaha untuk terus meningkatkan kualitas produk sehingga pesanan pada usaha mebel tetap terus ada dan kian bertambah.

4.3. Data Usaha Mebel Di Kecamatan Mersam

Tabel 4.1 Data Usaha Di Kecamatan Mersam

No	Jenis Kerajinan Kayu	Tempat	Jumlah
1.	Mebel	Sengkati Kecil	2
2.	Aneka Perabot	Sengkati Mudo	2
3.	Aneka Perabot	Benteng Rendah	2
4.	<i>Furniture</i>	Kembang Paseban	2
5.	Mebel	Kembang Tanjung	2
6.	Mebel	Pematang Gadung	2
7.	Aneka Perabot	Sungai Puar	2
8.	Aneka Perabot	Tanjung Putra	2
9.	Aneka Perabot	Rantau Gedang	2
10.	Mebel	Simpang Rantau Gedang	5
11.	Mebel	Teluk Melintang	2
12.	Mebel	Sengkati Baru	2
13.	Mebel	Tapah Sari	2
14.	Konsen dan Furniture	Mersam	5
15.	Aneka Perabot	Bukit Harapan	2
16.	Aneka Perabot	Belanti Jaya	2
17.	Konsen	Bukit Kemuning	2
18.	Aneka Perabot	Sengkati Gedang	2
Total			42

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menganalisis pengaruh lokasi, harga serta inovasi terhadap keberhasilan usaha mebel di kecamatan Mersam. Pada bab ini akan dibahas mengenai data dan hasil pengujian hipotesis. Pembahasan diawali dengan gambaran umum responden, hasil statistik deskriptif dilanjutkan dengan hasil analisis data. Penelitian ini menganalisis pengaruh lokasi, harga dan inovasi terhadap keberhasilan usaha mebel. Pengambilan data dilakukan di Kecamatan Mersam yaitu Desa Sengkati kecil, Sengkati Mudo, Benteng Rendah, Kembang Paseban, Kembang Tanjung, Pematang Gadung, Sungai Puar, Tanjung Putra, Rantau Gedang, Simpang Rantau Gedang, Teluk Melintang, Sengkati Baru, Tapah Sari, Mersam, Bukit Harapan, Belanti Jaya, Bukit Kemuning, dan Sengkati Gedang. Pada bab ini akan dibahas mengenai data dan hasil pengujian hipotesis. Pembahasan diawali dengan gambaran umum responden, hasil statistik deskriptif dilanjutkan dengan hasil analisis data.

5.1. Gambaran Umum Responden

Berikut ini merupakan gambaran umum responden berdasarkan hasil survei yang dilakukan:

1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Data mengenai responden berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut:

Tabel 5.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	36	85,71%
Perempuan	6	14,29%
Total	42	100%

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa jumlah responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 36 orang atau sebesar 85,71%, sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 6 orang atau sebesar 14,29%.

2. Responden Berdasarkan Usia

Data mengenai responden berdasarkan usia adalah sebagai berikut:

Tabel 5.2 Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
16 – 20 Tahun	0	0%
21 – 25 Tahun	6	14,29%
26 – 30 Tahun	14	33,33%
> 31 Tahun	22	52,38%
Total	42	100%

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa jumlah responden berusia 16 – 20 tahun sebanyak 0 orang atau sebesar 0%, responden berusia 21 – 25 tahun sebanyak 6 orang atau sebesar 14,29%, responden berusia 26 – 30 tahun sebanyak 14 orang atau sebesar 33,33%, responden berusia > 31 tahun sebanyak 22 orang atau sebesar 52,38%.

3. Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Data mengenai responden berdasarkan pendidikan terakhir adalah sebagai berikut:

Tabel 5.3 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase
Sekolah Dasar	10	23,81%
SMP	19	45,24%
SMA	12	28,57%
D3	0	0%
S1/S2	1	2,38%
Total	42	100%

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa jumlah responden dengan pendidikan terakhir SD sebanyak 10 orang atau sebesar 23,81%, responden dengan pendidikan terakhir SMP sebanyak 19 orang atau sebesar 45,24%, responden dengan pendidikan terakhir SMA sebanyak 12 orang atau sebesar 28,57%, responden dengan pendidikan terakhir D3 sebanyak 0 orang atau sebesar 0%, dan responden dengan pendidikan terakhir S1/S2 sebanyak 1 orang atau sebesar 2,38%.

5.2. Analisis Deskriptif

Deskriptif statistik deskriptif dapat digunakan apabila ingin mendeskripsikan data sampel. Statistik deskriptif bertujuan untuk menganalisis data berdasarkan pada hasil yang diperoleh dari jawaban-jawaban responden terhadap masing-masing indikator pengukuran variabel. Berikut ini merupakan pengkategorian untuk mengetahui bagaimana kondisi dan tingkat kesesuaian pada masing-masing variabel tersebut dimana jumlah keseluruhan responden adalah 104 orang dan skala pengukuran tertinggi adalah 5 sedangkan nilai skala pengukuran terendah adalah 1.

1. Pengaruh Lokasi

Berikut ini merupakan deskripsi atau penyajian data dari penelitian variabel lokasi yang dirangkum dalam tabel 5.4 adalah sebagai berikut:

Tabel 5.4 Tanggapan Responden Terkait Pengaruh Lokasi

No	Pernyataan		Tanggapan Responden					Total Skor	Ket
			STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)		
<i>Ketersediaan Lahan Parkir</i>									
1.	Usaha mebel ini mempunyai lahan parkir untuk kendaraan para pelanggan	Jumlah	0	3	7	24	8	42	Tinggi
		%	0	7,14	16,67	57,14	19,05	100%	
		Skor	0	6	21	96	40	163	
2.	Usaha mebel memiliki tempat parkir yang aman bagi pelanggan	Jumlah	0	1	11	22	8	42	Tinggi
		%	0	2,38	26,19	52,38	19,05	100%	
		Skor	0	2	33	88	40	163	
3.	Lokasi parkir jauh dari tempat usaha mebel	Jumlah	9	28	3	1	1	42	Tinggi
		%	21,43	66,67	7,14	2,38	2,38	100%	
		Skor	45	112	9	2	1	169	
<i>Memiliki Tempat Yang Cukup Luas</i>									
4.	Tempat usaha mebel ini telah menyediakan lahan yang cukup luas untuk menampung	Jumlah	0	1	5	22	14	42	Tinggi
		%	0	2,38	11,9	52,38	33,3	100%	

	kapasitas barang yang akan diproduksi.	Skor	0	2	15	88	70	175	
5.	Tempat usaha yang bersih dengan menyisahkan tempat produksi dan tempat administrasi.	Jumlah	0	3	13	20	6	42	Tinggi
		%	0	7,14	30,95	47,62	14,29	100%	
		Skor	0	6	39	80	30	155	
6.	Tempat usaha yang sempit sehingga tempat produksi dan ruang tunggu konsumen satu ruangan	Jumlah	11	25	6	0	0	42	Tinggi
		%	26,19	59,52	14,29	0	0	100%	
		Skor	55	100	18	0	0	173	
Lokasi Banyak Dilalui Transportasi									
7.	Tempat usaha mebel ini dapat dilihat dari jalan raya dan mudah dijangkau	Jumlah	0	1	3	15	24	42	Sangat Tinggi
		%	0	2,38	7,14	35,71	57,14	100%	
		Skor	0	2	9	60	120	191	
8.	Akses menuju lokasi usaha mebel ini lancar dan tidak rawan kemacetan	Jumlah	0	2	4	15	21	42	Sangat Tinggi
		%	0	4,76	9,52	35,71	50	100%	
		Skor	0	4	12	60	105	181	
9.	Akses jalan yang tidak begitu baik menyulitkan konsumen untuk berkujung	Jumlah	17	22	1	2	0	42	Sangat Tinggi
		%	40,48	52,38	2,38	4,76	0	100%	
		Skor	85	88	3	4	0	180	
Lokasi Yang Strategis									
10.	Tempat usaha mebel ini terletak di lokasi yang strategis	Jumlah	0	0	3	12	27	42	Sangat Tinggi
		%	0	0	7,14	8,57	64,29	100%	
		Skor	0	0	9	48	135	192	
11.	Disekitar lokasi ini	Jumlah	1	1	18	18	4	42	Tinggi

	sudah terdapat penjual yang menjual makanan atau minuman bagi para pelanggan	%	2,38	2,38	42,86	42,86	9,52	100%	
		Skor	1	2	54	72	20	149	
12.	Lokasi yang terbilang dekat dengan tetangga sehingga sisa-sisa produksi mengenai lingkungan tetangga	Jumlah	8	29	2	2	1	42	Tinggi
		%	19,05	69,05	4,76	4,76	2,38	100%	
		Skor	40	116	6	4	1	167	
Jumlah								2.058	Tinggi
Rata-rata Keseluruhan								175	

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa rata-rata keseluruhan dari variabel lokasi memiliki skor rata-rata keseluruhan 175 yang berarti termasuk kategori tinggi. Untuk pertanyaan dengan skor tertinggi pada pernyataan “Tempat usaha mebel ini terletak di lokasi yang strategis” dengan skor 192 atau masuk kategori sangat tinggi. Sedangkan untuk skor terendah pada pernyataan “Disekitar lokasi ini sudah terdapat penjual yang menjual makanan atau minuman bagi para pelanggan” dengan skor 149 atau masuk dalam kategori tinggi.

2. Pengaruh Harga

Berikut ini merupakan deskripsi atau penyajian data dari penelitian variabel lokasi yang dirangkum dalam tabel 5.5 adalah sebagai berikut:

Tabel 5.5 Tanggapan Responden Terkait Pengaruh Harga

No	Pernyataan		Tanggapan Responden					Total Skor	Ket
			STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)		
<i>Keterjangkauan Harga</i>									
1.	Saya akan memberi diskon harga untuk konsumen yang telah menjadi pelanggan atau membeli banyak produk.	Jumlah	0	0	5	31	6	42	Tinggi
		%	0	0	11,9	73,81	14,29	100%	
		Skor	0	0	15	124	30	169	

2.	Harga furniture dari usaha mebel ini masih tergolong terjangkau dibanding pesaing.	Jumlah	0	0	9	29	4	42	Tinggi
		%	0	0	21,43	69,05	9,52	100%	
		Skor	0	0	27	116	20	163	
3.	Harga yang dipatok sama dengan kata lain tidak berpatokan dengan masing-masing kerumitan	Jumlah	4	14	24	0	0	42	Tinggi
		%	9,52	33,33	57,14	0	0	100%	
		Skor	20	56	72	0	0	148	
<i>Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk</i>									
4.	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk.	Jumlah	0	0	2	19	21	42	Sangat Tinggi
		%	0	0	4,76	45,24	50	100%	
		Skor	0	0	6	76	105	187	
5.	Saya selalu mentarifkan harga yang bagus untuk barang yang bagus pula	Jumlah	0	0	0	22	20	42	Sangat Tinggi
		%	0	0	0	52,38	47,62	100%	
		Skor	0	0	0	88	100	188	
6.	Harga barang tidak sesuai dengan kualitas produk	Jumlah	19	22	1	0	0	42	Sangat Tinggi
		%	45,24	52,38	2,38	0	0	100%	
		Skor	95	88	3	0	0	186	
<i>Daya Saing Harga</i>									
7.	Harga produk dari usaha mebel ini dapat bersaing dengan produk dari usaha mebel lain.	Jumlah	0	0	8	25	9	42	Tinggi
		%	0	0	19,05	59,52	21,43	100%	
		Skor	0	0	24	100	45	169	
8.	Sebagai pengusaha dibidang mebel masih dikategori harga memiliki daya saing yang baik.	Jumlah	0	0	6	21	15	42	Sangat Tinggi
		%	0	0	14,29	50	35,71	100%	
		Skor	0	0	18	84	75	177	
9.	Di tempat usaha ini mentarifkan harga yang sama dengan toko	Jumlah	5	10	27	0	0	42	Tinggi
		%	11,9	23,81	64,29	0	0	100%	

	lain.	Skor	25	40	81	0	0	146	
Kesesuaian Harga dengan Manfaat									
10.	Harga yang ditawarkan ditinjau dari kerumitan pembuatan produk mebel	Jumlah	0	0	2	27	13	42	Sangat Tinggi
		%	0	0	4,76	64,29	30,95	100%	
		Skor	0	0	6	108	65	179	
11.	Harga yang ditawarkan di usaha mebel sesuai dengan manfaatnya.	Jumlah	0	0	1	28	13	42	Sangat Tinggi
		%	0	0	2,38	66,67	30,95	100%	
		Skor	0	0	3	112	65	180	
12.	Manfaat dari barang toko ini terbilang hanya sebentar.	Jumlah	24	15	3	0	0	42	Sangat Tinggi
		%	57,14	35,71	7,14	0	0	100%	
		Skor	120	60	9	0	0	189	
Jumlah								2.081	Tinggi
Rata-rata Keseluruhan								173,4	

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa rata-rata keseluruhan dari variabel harga memiliki skor rata-rata keseluruhan 2.081 yang berarti termasuk kategori tinggi. Untuk pertanyaan dengan skor tertinggi pada pernyataan “Manfaat dari barang toko ini terbilang tidak hanya sebentar” dengan skor 189 atau masuk kategori sangat tinggi. Sedangkan untuk skor terendah pada pernyataan “Di tempat usaha ini mentarifkan harga yang sama dengan toko lain” dengan skor 146 atau masuk dalam kategori tinggi.

3. Pengaruh Inovasi

Berikut ini merupakan deskripsi atau penyajian data dari penelitian variabel lokasi yang dirangkum dalam tabel 5.6 adalah sebagai berikut:

Tabel 5.6 Tanggapan Responden Terkait Pengaruh Inovasi

No	Pernyataan		Tanggapan Responden					Total Skor	Ket
			STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)		
Keunggulan Relative									
1.	Produk usaha mebel saya	Jumlah	0	0	4	30	8	42	

	memiliki kelebihan dibandingkan dengan produk mebel lain sejenis yang pernah ada	%	0	0	9,52	71,43	19,05	100%	Tinggi
		Skor	0	0	12	120	40	172	
2.	Barang furniture yang diproduksi dari usaha mebel ini mempunyai keindahan bentuk desainnya.	Jumlah	0	0	0	30	12	42	Sangat Tinggi
		%	0	0	0	71,43	28,57	100%	
		Skor	0	0	0	120	60	180	
3.	Keunggulan barang produksi melihat keunggulan toko pesaing.	Jumlah	8	18	16	0	0	42	Tinggi
		%	19,05	42,86	38,1	0	0	100%	
		Skor	40	72	48	0	0	160	
Kompatibilitas									
4.	Inovasi yang saya terapkan pada produk tidak merubah dasar metode produksi tetapi hanya melakukan pengembangan pada aspek tertentu.	Jumlah	0	0	8	26	8	42	Tinggi
		%	0	0	19,05	61,9	19,05	100%	
		Skor	0	0	24	104	40	168	
5.	Usaha mebel ini menggunakan bahan yang berkualitas.	Jumlah	0	0	0	21	21	42	Sangat Tinggi
		%	0	0	0	50	50	100%	
		Skor	0	0	0	84	105	189	
6.	Usaha ini menggunakan bahan baku acak.	Jumlah	11	18	13	0	0	42	Tinggi
		%	26,19	42,86	30,95	0	0	100%	
		Skor	55	72	39	0	0	166	
Kerumitan									
7.	Perbedaan motif produk saya dengan produk mebel lain dapat	Jumlah	0	0	3	23	16	42	Sangat Tinggi
		%	0	0	7,14	54,76	38,1	100%	

	dilihat dengan jelas.	Skor	0	0	9	92	80	181	
8.	Furniture yang di peroleh dari usaha mebel ini memiliki tekstur yang halus.	Jumlah	0	0	2	25	15	42	Sangat Tinggi
		%	0	0	4,76	59,52	35,71	100%	
		Skor	0	0	6	100	75	181	
9.	Pelaku usaha tidak dapat menerima kerumitan produksi yang berlebihan.	Jumlah	7	13	22	0	0	42	Tinggi
		%	16,67	30,95	52,38	0	0	100%	
		Skor	35	52	66	0	0	153	
<i>Kemampuan Diujicobakan</i>									
10.	Inovasi produk yang saya lakukan dapat diterima dengan baik oleh konsumen.	Jumlah	0	0	4	24	14	42	Sangat Tinggi
		%	0	0	9,52	57,14	33,33	100%	
		Skor	0	0	12	96	70	178	
11.	Mutu barang dari usaha mebel ini sesuai dengan harga yang ditawarkan.	Jumlah	0	0	2	24	16	42	Sangat Tinggi
		%	0	0	4,76	57,14	38,1	100%	
		Skor	0	0	6	96	80	182	
12.	Ketika diujicobakan produk oleh konsumen masih terbilang buruk	Jumlah	14	26	1	1	0	42	Sangat Tinggi
		%	33,33	61,9	2,38	2,38	0	100%	
		Skor	70	104	3	2	0	179	
<i>Kemampuan Diamati</i>									
13.	Persepsi konsumen terhadap barang hasil produksi saya baik sehingga sangat minim keluhan dari konsumen.	Jumlah	0	0	8	23	11	42	Tinggi
		%	0	0	19,05	54,76	26,19	100%	
		Skor	0	0	24	92	55	171	
14.	Furniture yang di peroleh dari usaha mebel ini memiliki warna yang sesuai dengan desain produknya.	Jumlah	1	0	1	21	20	42	Sangat Tinggi
		%	2,38	0	2,38	50	47,62	100%	
		Skor	1	0	3	84	100	188	
15.	Motif produksi usaha selalu itu-	Jumlah	9	19	12	2	0	42	Tinggi

	itu saja.	%	21,43	45,24	28,57	4,76	0	100%	
		Skor	45	76	36	4	0	161	
Jumlah								2.609	Tinggi
Rata-rata Keseluruhan								174	

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa rata-rata keseluruhan dari variabel inovasi memiliki skor rata-rata keseluruhan 174 yang berarti termasuk kategori tinggi. Untuk pertanyaan dengan skor tertinggi pada pernyataan “Usaha mebel ini menggunakan bahan yang berkualitas” dengan skor 189 atau masuk kategori sangat tinggi. Sedangkan untuk skor terendah pada pernyataan “Keunggulan barang produksi melihat keunggulan toko pesaing” dengan skor 160 atau masuk dalam kategori tinggi.

4. Keberhasilan Usaha

Berikut ini merupakan deskripsi atau penyajian data dari penelitian variabel lokasi yang dirangkum dalam tabel 5.7 adalah sebagai berikut:

Tabel 5.7 Tanggapan Responden Terkait Pengaruh Terhadap Keberhasilan Usaha

No	Pernyataan		Tanggapan Responden					Total Skor	Ket
			STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)		
Modal									
1.	Saya berhasil melakukan usaha ini karena modal yang terus berkembang.	Jumlah	0	0	4	32	6	42	Tinggi
		%	0	0	9,52	76,19	14,29	100%	
		Skor	0	0	12	128	30	170	
2.	Saya selalu mentargetkan omset penjualan setiap bulannya.	Jumlah	0	1	9	26	6	42	Tinggi
		%	0	2,38	21,43	61,9	14,29	100%	
		Skor	0	2	27	84	30	143	
3.	Saya berhasil menaikkan omset penjualan namun hanya terkadang.	Jumlah	0	25	12	4	1	42	Tinggi
		%	0	59,52	28,57	9,52	2,38	100%	
		Skor	0	100	36	8	1	145	
Pendapatan									

4.	Saya berhasil melakukan usaha ini karena memperoleh pendapatan yang memadai.	Jumlah	0	0	2	36	4	42	Tinggi
		%	0	0	4,76	85,71	9,52	100%	
		Skor	0	0	6	144	20	170	
5.	Saya selalu memiliki kemauan dalam meningkatkan hasil penjualan usaha mebel	Jumlah	0	0	1	21	20	42	Sangat Tinggi
		%	0	0	2,38	50	47,62	100%	
		Skor	0	0	3	84	100	187	
6.	Saya berhasil melakukan usaha ini karena memperoleh pendapatan dari mencari keuntungan.	Jumlah	10	20	12	0	0	42	Tinggi
		%	23,81	47,62	28,57	0	0	100%	
		Skor	50	80	36	0	0	166	
Volume Penjualan									
7.	Saya berhasil melakukan usaha ini karena volume penjualan yang terus meningkat dampak harga yang setara dengan kualitas	Jumlah	0	0	0	18	24	42	Sangat Tinggi
		%	0	0	0	42,86	57,14	100%	
		Skor	0	0	0	72	120	192	
8.	Usaha mebel ini mengalami peningkatan pendapatan dari hasil penjualan.	Jumlah	0	1	1	21	19	42	Sangat Tinggi
		%	0	2,38	2,38	50	45,24	100%	
		Skor	0	2	3	84	95	184	
9.	Saya berhasil dalam usaha ini namun, tidak dibarengi dengan meningkatnya barang produksi.	Jumlah	1	20	16	5	0	42	Tinggi
		%	2,38	47,62	38,1	11,9	0	100%	
		Skor	5	80	48	10	0	143	
Output Produksi									
10.	Saya berhasil dalam usaha ini karena output produksi yang terus meningkat sebab inovasi yang terbaru.	Jumlah	0	0	2	23	17	42	Sangat Tinggi
		%	0	0	4,76	54,76	40,48	100%	
		Skor	0	0	6	92	85	183	

11.	Usaha mebel ini mengalami peningkatan jumlah alat produksi sebab jumlah produksi juga bertambah.	Jumlah	0	0	24	9	9	42	Tinggi
		%	0	0	57,14	21,43	21,43	100%	
		Skor	0	0	72	36	45	153	
12.	Usaha mebel ini memperbanyak produksi sebab hanya tuntutan usaha bukan meningkatnya konsumen.	Jumlah	5	20	17	0	0	42	Tinggi
		%	11,9	47,62	40,48	0	0	100%	
		Skor	25	80	51	0	0	156	
Tenaga Kerja									
13.	Saya berhasil dalam usaha ini karena kemampuan jumlah dan tenaga kerja yang terus berkembang sehingga lokasi usaha juga diperluas.	Jumlah	0	0	6	27	9	42	Tinggi
		%	0	0	14,29	64,29	21,43	100%	
		Skor	0	0	18	108	45	171	
14.	Usaha mebel ini mengalami peningkatan jumlah karyawan.	Jumlah	0	0	26	6	10	42	Tinggi
		%	0	0	61,9	14,29	23,81	100%	
		Skor	0	0	78	24	50	152	
15.	Rekrutmen tenaga kerja bukan berdasarkan peningkatan usaha.	Jumlah	17	8	17	0	0	42	Tinggi
		%	40,48	19,05	40,48	0	0	100%	
		Skor	85	32	51	0	0	168	
Jumlah								2.483	Tinggi
Rata-rata Keseluruhan								165,5	

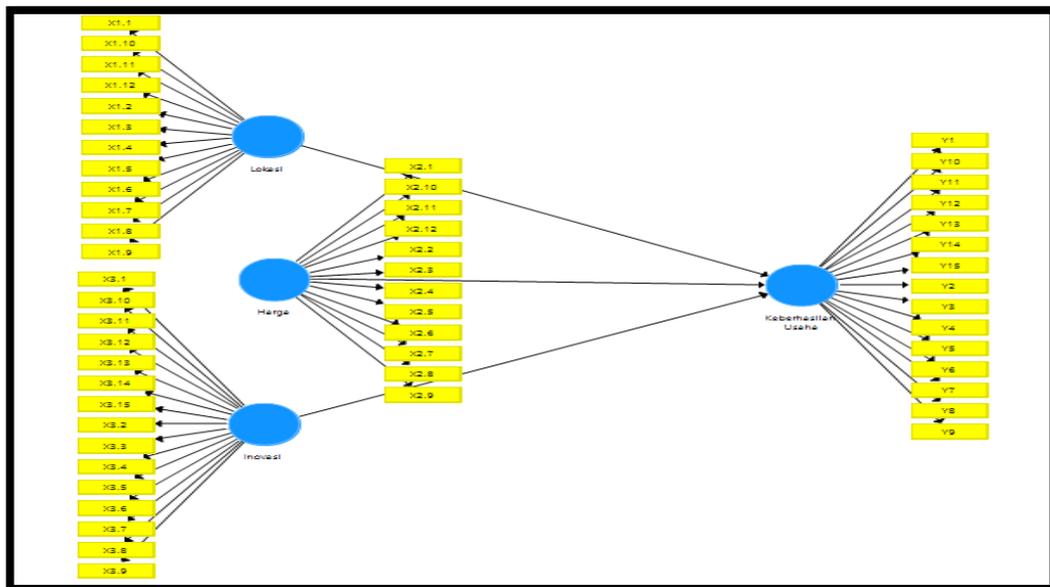
Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa rata-rata keseluruhan dari variabel keberhasilan usaha memiliki skor rata-rata keseluruhan 165,5 yang berarti termasuk kategori tinggi. Untuk pertanyaan dengan skor tertinggi pada pernyataan “Saya berhasil melakukan usaha ini karena volume penjualan yang terus meningkat dampak harga yang setara dengan kualitas” dengan skor 192 atau masuk kategori sangat tinggi. Sedangkan untuk skor terendah pada pernyataan “Saya

selalu menargetkan omset penjualan setiap bulannya” dengan skor 143 atau masuk dalam kategori tinggi.

5.3. Pengujian Data dan Model Penelitian

Adapun bentuk diagram jalur perancangan outermodel dan inner model dalam penelitian ini digambarkan seperti berikut:

Gambar 5.1
Outer Model dan Inner Model



Sumber: Pengolahan data dengan PLS, 2023

Evaluasi model PLS dilakukan dengan mengevaluasi *outer model* dan *inner model*. *Outer model* merupakan model pengukuran untuk menilai validasi dan realibilitas model. Sedangkan *inner model* merupakan model struktural untuk memprediksi hubungan kausalitas antar variabel laten. Adapun kriteria dalam pengukuran teknik analisa data dengan *SmartPLS3* dalam menilai *outer model* yakni dengan melihat validitas konvergen, validitas diskriminan, *composite reliability* dan *cronbach's alpha*. Sedangkan untuk *inner model* melalui proses *bootstrapping*, parameter uji *T-statistic* diperoleh untuk memprediksi adanya hubungan kausalitas (Abdillah & Jogianto, 2015).

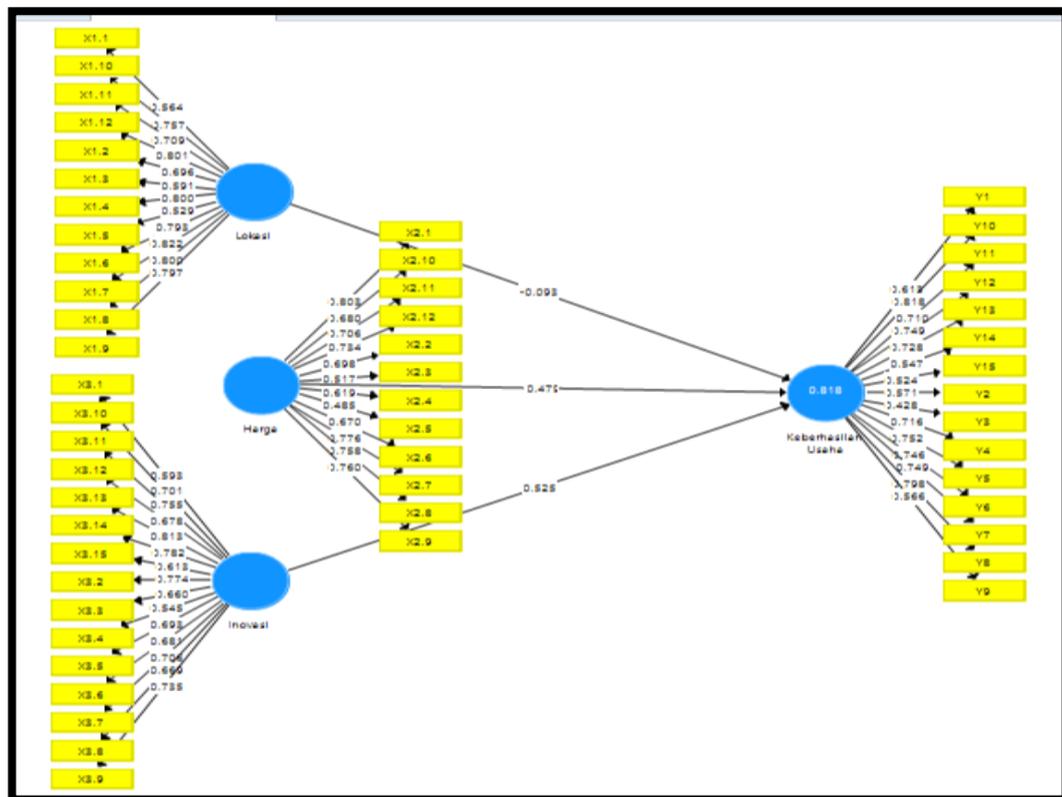
5.3.1. Evaluasi Model Outer (model pengukuran)

Adapun kriteria dalam penggunaan teknik analisa data dengan *SmartPLS3* dalam menilai *outer model* yakni dengan melihat *convergent validity*, *discriminant validity*, *composite reliability* dan *cronbach's alpha*.

1. Convergent Validity

Uji validitas konvergen dalam PLS dengan indikator reflektif dinilai berdasarkan *loading factor* indikator-indikator yang mengukur konstruk tersebut. Nilai loading faktor dikatakan tinggi jika berkorelasi tinggi dari 0,70 dengan konstruk yang diukur dan biasanya penelitiannya bersifat *confirmatory*. Namun menurut Chin,1998 nilai *loading factor* antara 0,5 sampai 0,6 dianggap cukup memadai untuk penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran. Pada penelitian ini akan digunakan batas *loading factor* sebesar 0,70.

Gambar 5.2
Outer Model



Sumber: Pengolahan data dengan PLS, 2023

Berikut ini merupakan tabel *outer loading* hasil kalkulasi algoritma untuk outer model:

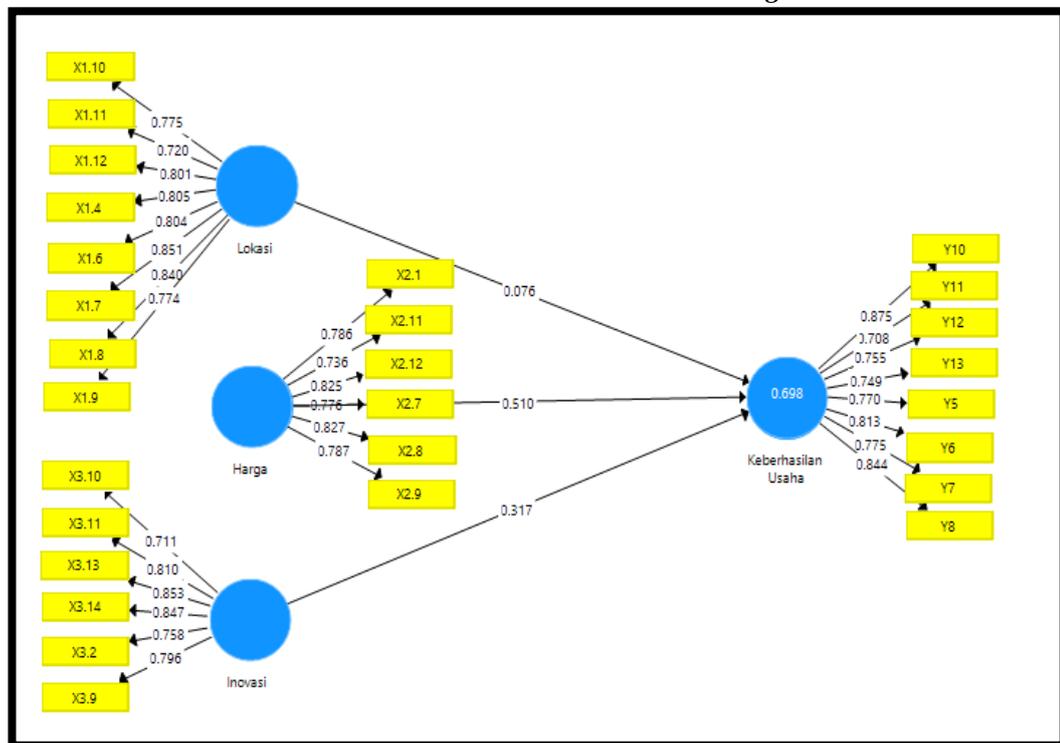
Tabel 5.8 Outer Loading

Variabel	Indikator	Nilai Outer Loading	Keterangan
Lokasi (X1)	X1.1	0.564	Tidak Valid
	X1.2	0.696	Tidak Valid
	X1.3	0.591	Tidak Valid

	X1.4	0.800	Valid
	X1.5	0.529	Tidak Valid
	X1.6	0.793	Valid
	X1.7	0.822	Valid
	X1.8	0.800	Valid
	X1.9	0.797	Valid
	X1.10	0.757	Valid
	X1.11	0.709	Valid
	X1.12	0.801	Valid
Harga (X2)	X2.1	0.803	Valid
	X2.2	0.698	Tidak Valid
	X2.3	0.517	Tidak Valid
	X2.4	0.619	Tidak Valid
	X2.5	0.485	Tidak Valid
	X2.6	0.670	Tidak Valid
	X2.7	0.776	Valid
	X2.8	0.758	Valid
	X2.9	0.760	Valid
	X2.10	0.680	Tidak Valid
	X2.11	0.706	Valid
	X2.12	0.734	Valid
Inovasi (X3)	X3.1	0.593	Tidak Valid
	X3.2	0.774	Valid
	X3.3	0.660	Tidak Valid
	X3.4	0.545	Tidak Valid
	X3.5	0.693	Tidak Valid
	X3.6	0.681	Tidak Valid
	X3.7	0.667	Tidak Valid
	X3.8	0.669	Tidak Valid
	X3.9	0.735	Valid
	X3.10	0.701	Valid
	X3.11	0.755	Valid
	X3.12	0.678	Tidak Valid
	X3.13	0.813	Valid
	X3.14	0.782	Valid
	X3.15	0.613	Tidak Valid
Keberhasilan Usaha (Y)	Y1	0.613	Tidak Valid
	Y2	0.571	Tidak Valid
	Y3	0.428	Tidak Valid
	Y4	0.671	Tidak Valid
	Y5	0.752	Valid
	Y6	0.746	Valid
	Y7	0.749	Valid
	Y8	0.798	Valid
	Y9	0.566	Tidak Valid
	Y10	0.818	Valid
	Y11	0.710	Valid
	Y12	0.749	Valid
	Y13	0.728	Valid
	Y14	0.547	Tidak Valid
	Y15	0.524	Tidak Valid

Pada tabel 5.8 dapat dilihat hasil pengolahan data dengan menggunakan *SmartPLS*. Pada awalnya nilai *outer model* atau korelasi antara konstruk dengan variabel belum memenuhi uji validitas *konvergen* karena masih terdapat indikator yang memiliki nilai *loading factor* dibawah 0,70. Dengan demikian nilai *loading factor* yang berada dibawah 0,70 dihapus karena tidak sesuai dengan kriteria validitas. Selanjutnya setelah dilakukan penghapusan indikator yang dianggap tidak valid kemudian dilakukan kalkulasi ulang. Adapun gambar model setelah dilakukan kalkulasi ulang sebagai berikut:

Gambar 5.3
Outer Model Setelah Dikalkulasi Ulang



Sumber: Pengolahan data dengan PLS

Tabel 5.9 Outer Model setelah dikalkulasi ulang

Variabel	Indikator	Nilai <i>Outer Loading</i>	Keterangan
Lokasi (X1)	X1.4	0.805	Valid
	X1.6	0.804	Valid
	X1.7	0.851	Valid
	X1.8	0.840	Valid
	X1.9	0.774	Valid
	X1.10	0.775	Valid
	X1.11	0.720	Valid

	X1.12	0.801	Valid
Harga (X2)	X2.1	0.786	Valid
	X2.7	0.776	Valid
	X2.8	0.827	Valid
	X2.9	0.787	Valid
	X2.11	0.736	Valid
	X2.12	0.825	Valid
Inovasi (X3)	X3.2	0.758	Valid
	X3.9	0.796	Valid
	X3.10	0.711	Valid
	X3.11	0.810	Valid
	X3.13	0.853	Valid
	X3.14	0.847	Valid
Keberhasilan Usaha (Y)	Y5	0.770	Valid
	Y6	0.813	Valid
	Y7	0.775	Valid
	Y8	0.844	Valid
	Y10	0.875	Valid
	Y11	0.708	Valid
	Y12	0.755	Valid
	Y13	0.749	Valid

Sumber: Pengolah data dengan PLS,2023

Setelah dilakukan kalkulasi ulang outer model pada tabel 5.11 menunjukkan bahwa semua *loading factor* untuk tiap-tiap indikator memiliki nilai diatas 0,70. Dengan demikian konstruk untuk masing-masing variabel sudah tidak ada lagi yang dihapuskan dari model.

2. Discriminant Validity

Cara untuk menguji validitas diskriminan yakni dengan melihat nilai cross loading pengukuran dengan konstraknya yakni apabila nilai *cross loading* > 0,70 dalam satu variabel. Metode lain yang dapat digunakan yakni dengan membandingkan akar AVE untuk setiap konstruk dengan konstruk lainnya. Apabila akar AVE untuk setiap konstruk lebih besar dari pada korelasi antar konstruk dengan konstruk lainnya maka model memiliki validitas diskriminan yang cukup (Abdillah & jogiyanto, 2015). Adapun hasil pengujian diskriminant validity adalah sebagai berikut:

Tabel 5.10 Nilai Discrimination Validity (Cross Loading)

	Lokasi (X)	Harga (X)	Inovasi (X)	Keberhasilan Usaha (Y)
X1.4	0.805	0.680	0.502	0.625
X1.6	0.804	0.533	0.467	0.520
X1.7	0.851	0.672	0.397	0.494

X1.8	0.840	0.696	0.382	0.557
X1.9	0.774	0.633	0.622	0.532
X1.10	0.775	0.540	0.485	0.446
X1.11	0.720	0.595	0.685	0.569
X1.12	0.801	0.613	0.545	0.548
X2.1	0.776	0.786	0.559	0.605
X2.7	0.604	0.776	0.612	0.566
X2.8	0.607	0.827	0.533	0.736
X2.9	0.655	0.787	0.604	0.646
X2.11	0.510	0.736	0.621	0.604
X2.12	0.569	0.825	0.614	0.640
X3.2	0.480	0.560	0.758	0.434
X3.9	0.618	0.492	0.796	0.556
X3.10	0.427	0.476	0.711	0.458
X3.11	0.482	0.609	0.810	0.793
X3.13	0.590	0.723	0.853	0.591
X3.14	0.491	0.671	0.847	0.608
Y5	0.432	0.568	0.730	0.770
Y6	0.604	0.644	0.550	0.813
Y7	0.538	0.598	0.528	0.775
Y8	0.551	0.740	0.554	0.844
Y10	0.541	0.692	0.559	0.875
Y11	0.595	0.628	0.598	0.708
Y12	0.592	0.628	0.502	0.755
Y13	0.426	0.559	0.671	0.749

Sumber: Pengolah data dengan PLS,2023

Berdasarkan sajian data pada tabel 5.10 di atas dapat diketahui bahwa masing-masing *reliable* pada variabel penelitian memiliki nilai *cross loading* terbesar pada variabel yang dibentuknya, dibandingkan dengan nilai *cross loading* pada variabel lainnya. Berdasarkan hasil yang diperoleh tersebut, dapat dinyatakan bahwa indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian ini telah memiliki *discriminant validity* yang baik dalam menyusun variabelnya masing-masing.

3. Composite Reliability dan Cronbach's Alpha

Dalam mengukur konsistensi internal alat ukur pada PLS dilakukan dengan menggunakan uji reliabilitas. Dimana uji reliabilitas dalam PLS dapat dilakukan dengan dua metode yakni *cronbach's alpha* dan *composite reliability* (Abdillah & jogiyanto, 2015). Pada pengujian reliabilitas menunjukkan ketepatan, konsistensi suatu alat ukur dalam melakukan pengukuran, dimana reliabilitas akan mengacu pada instrument yang dianggap dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrument tersebut sudah baik. Instrument yang dapat dipercaya atau reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya pula

(Hartono, 2019). Ghozali (2015) lebih menyarankan dalam menguji reliabilitas suatu konstruk dengan menggunakan *composite reliability*, hal ini dilakukan karena penggunaan *cronbach's alpha* untuk menguji reliabilitas konstruk akan memberikan nilai yang lebih rendah atau under estimate. Menurut Hair et.al pada Abdillah dan Jogiyanto (2015) nilai *composite reliability* harus lebih besar dari 0,70 dan dapat dikatakan memiliki reliabilitas yang tinggi. Berikut disajikan nilai *composite reliability* untuk masing-masing variabel:

Tabel 5.11
Composite Reliability

Variabel	<i>Composite Reliability</i>
Lokasi (X1)	0.933
Harga (X2)	0.090
Inovasi (X3)	0.912
Keberhasilan Usaha (Y)	0.929

Sumber: Pengolah data dengan PLS,2023

Berdasarkan tabel 5.11 dapat disimpulkan bahwa konstruk telah memenuhi kriteria reliabel, hal ini dibuktikan dengan nilai *composite reliability* lebih dari 0,70. Berikut disajikan nilai *cronbach's alpha* untuk masing-masing variabel:

Tabel 5.12
Cronbach's Alpha

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>
Lokasi (X1)	0.918
Harga (X2)	0.880
Inovasi (X3)	0.886
Keberhasilan Usaha (Y)	0.912

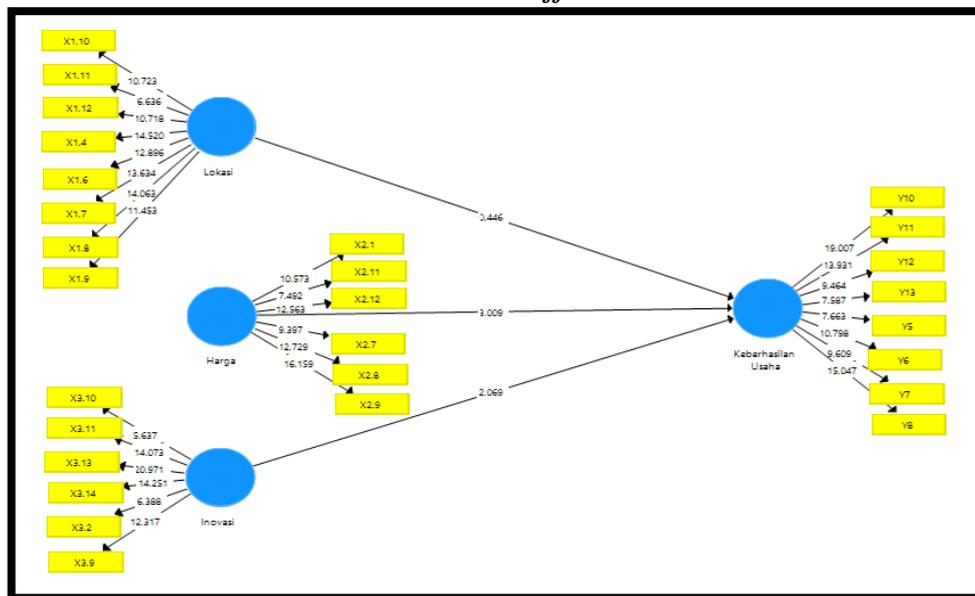
Sumber: pengolah data dengan PLS,2023

Berdasarkan tabel 5.12 dapat disimpulkan bahwa semua konstruk telah memenuhi kriteria reliabel, hal ini dibuktikan dengan nilai *cronbach's alpha* lebih dari 0,70.

5.3.2. Evaluasi Model Inner (model struktural)

Pengujian *inner model* atau model structural dilakukan untuk melihat hubungan antara konstruk, nilai signifikan, dan *R-Square* dari model penelitian. Model structural dievaluasi dengan menggunakan *R-Square* untuk konstruk dependen uji t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur structural.

Gambar 5.4
Path Coefficient



Sumber: Pengolah data dengan PLS, 2023

Inner model struktural dievaluasi dengan menggunakan R-Square dan nilai *path coefficient* atau *t-values* tiap path untuk signifikansi dalam pengujian hipotesis (Abdillah & Jogyanto, 2015). Pada gambar 5.4 dapat dijelaskan bahwa nilai *path coefficient* terbesar ditunjukkan dengan pengaruh Harga Terhadap keberhasilan usaha sebesar 3.009, selanjutnya nilai *path coefficient* pengaruh Inovasi terhadap keberhasilan usaha sebesar 2.069, sedangkan nilai *path coefficient* terkecil ditunjukkan dengan pengaruh Lokasi terhadap keberhasilan usaha sebesar 0.446. Selain itu, variabel yang digunakan dalam model ini bernilai positif dimana semakin besar nilai *path coefficient* pada satu variabel independen terhadap variabel *dependen*, maka semakin kuat pula pengaruh antar variabel independen terhadap variabel *dependen*.

Dalam menilai inner model dengan menggunakan PLS dapat dilakukan dengan melihat *R-Square* untuk konstruk dependen. Pada tabel 5.15 merupakan hasil estimasi *R-Square* dengan menggunakan SmartPLS 3.

Tabel 5.13
Nilai R-Square

Variabel	R-Square
Keberhasilan Usaha (Y)	0.698

Sumber: Pengolah data dengan PLS, 2023

Pada dasarnya penelitian ini dilakukan dengan menggunakan tiga variabel independen (X) yakni Lokasi (X1) dan Harga (X2) dan Inovasi (X3) dan satu variabel dependen yakni Keberhasilan Usaha (Y), dimana nilai *R-Square* yang diperoleh setelah dilakukan pengujian akan digunakan untuk mengukur tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. Dari hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa semakin tinggi nilai *R-Square* maka semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan.

Pada penelitian ini diperoleh nilai *R-square* sebesar 0,698 atau 69%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variasi perubahan variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen adalah sebesar 69% dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar model yang diajukan.

5.4. Pengujian Hipotesis

Adapun dasar yang digunakan untuk menunjukkan tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis yakni dengan melihat nilai koefisien path atau inner model. Berikut disajikan tabel 5.14 yang memberikan hasil output pengujian model struktural.

Tabel 5.14
Path Coefficients

	Original Sampel (O)	Sampel Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistic	P Values
Lokasi => Keberhasilan Usaha	0.076	0.057	0.164	0.463	0.322
Harga => Keberhasilan Usaha	0.510	0.508	0.173	2.951	0.002
Inovasi => Keberhasilan	0.317	0.349	0.150	2.110	0.018

Sumber: Pengolah data dengan PLS, 2023

Dari tabel 5.14 diperoleh hasil pengujian dengan metode bootstrapping menggunakan PLS dan didapatkan hasil uji hipotesis yakni:

1. Uji hipotesis I Pengaruh Lokasi terhadap Keberhasilan Usaha

Dari hasil uji hipotesis diperoleh koefisien jalur bertanda positif sebesar 0.076 dan nilai *P-Values* yang membentuk pengaruh antara variabel lokasi terhadap keberhasilan usaha adalah sebesar 0.322 sedangkan nilai *T-Statistic* memperoleh

hasil negatif 0.463 dengan demikian hasil ini sesuai dengan *rule of thumb* dimana nilai *P-Values* $0.322 > 0,05$ sedangkan nilai *T-Statistic* $0.463 > 1,96$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha. Maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis 1 ditolak dan H_0 diterima karena nilai *T*-hitung lebih kecil dari 1,96 dan nilai *P-Values* lebih dari 0,05.

2. Uji hipotesis II Pengaruh Harga terhadap Keberhasilan Usaha

Dari hasil uji hipotesis diperoleh koefisien jalur positif sebesar 0.510 dan nilai *P-Values* yang membentuk pengaruh antara variabel harga terhadap keberhasilan usaha adalah sebesar 0.002 sedangkan nilai *T-Statistic* memperoleh hasil positif 2.951 dengan demikian hasil ini sesuai dengan *rule of thumb* dimana nilai *P-Values* $0.002 < 0,05$ sedangkan nilai *T-Statistic* $2.951 > 1,96$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa akses permodalan berpengaruh positif signifikan terhadap keberhasilan usaha. Maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis 2 dapat diterima dan H_0 ditolak karena nilai *T* hitung lebih besar dari 1,96 dan nilai *P-Values* kurang dari 0,05.

3. Uji hipotesis III Pengaruh Inovasi terhadap Keberhasilan Usaha

Dari hasil uji hipotesis diperoleh koefisien jalur positif sebesar 0.317 dan nilai *P-Values* yang membentuk pengaruh antara variabel akses permodalan terhadap keberhasilan usaha adalah sebesar 0.018 sedangkan nilai *T-Statistic* memperoleh hasil positif 2.110 dengan demikian hasil ini sesuai dengan *rule of thumb* dimana nilai *P-Values* $0.018 < 0,05$ sedangkan nilai *T-Statistic* $2.110 > 1,96$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa akses permodalan berpengaruh positif signifikan terhadap keberhasilan usaha. Maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis 3 dapat diterima dan H_0 ditolak karena nilai *T*-hitung lebih besar dari 1,96 dan nilai *P-Values* kurang dari 0,05.

4. Uji hipotesis IV Pengaruh Lokasi, Harga, dan Inovasi terhadap Keberhasilan Usaha

Tabel 5.15
Nilai *R-Square Adjusted*

Variabel	<i>R-Square</i>	<i>R-Square Adjusted</i>
Keberhasilan Usaha (Y)	0.698	0,675

Sumber: Pengolah data dengan PLS, 2023

Hasil uji hipotesis *R-Square* menunjukkan bahwa skala koefisien memiliki

nilai positif dan berpengaruh secara bersama-sama atau simultan X1, X2, dan X3 terhadap Y adalah sebesar 0.698. maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel Lokasi, harga, dan Inovasi secara simultan mampu menjelaskan variabel keberhasilan usaha sebesar 69,80%. Hasil ini sesuai dengan aturan *rule of thumb* dimana oleh karena *R-Square Adjusted* sebesar 0,675 lebih dari 33% dan lebih sedikit dari 67%. Maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis 4 dapat diterima dan Ho ditolak karena *R-Square Adjusted* lebih dari 33% dan lebih sedikit dari 67% maka pengaruh semua variabel laten X1, X2, dan X3 terhadap Y termasuk tinggi.

5.5. Pembahasan

Berdasarkan pengujian hipotesis diperoleh hasil bahwa lokasi, harga, inovasi terhadap keberhasilan usaha di kecamatan mersam. Adapun pembahasan dari hasil analisis yang dilakukan menggunakan SmartPLS 3 yakni:

1. Pengaruh Lokasi terhadap Keberhasilan Usaha

Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi (X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien jalur bertanda negatif sebesar 0,076 dan nilai (T-statistic) $0,463 < 1,96$ (*T-tabel*) dan nilai *P-Values* $0,322 > 0,05$. Oleh karna itu hasil hubungan $X_1 \Rightarrow Y$ menolak hipotesis selanjutnya. Berdasarkan jawaban responden secara objektif terkait lokasi, 7 dari 12 pertanyaan yang diberikan lebih dari 80% responden menjawab dengan benar, 5 diantaranya hanya kurang dari 75% menjawab benar. Hal ini berarti pengetahuan pelaku usaha mebel terkait keberhasilan usaha secara objektif termasuk kategori tinggi dan dari 42 responden yang mengisi kuesioner menunjukkan bahwa dari seluruh indikator variabel lokasi memperoleh total skor rata-rata sebesar 175 dalam hal ini nilai tersebut menjelaskan bahwa variabel lokasi termasuk dalam kriteria skor pada rentang skala 142,9 – 176,4 dengan kategori tinggi.

Berdasarkan hasil penelitian diatas menunjukkan bahwa jika sudah dilakukan penelitian ini tetapi hasil penelitian tetap tidak signifikan, sedangkan teori menyebutkan ada keterkaitan yang signifikan. Maka artinya adalah data objek yang dijadikan sampel pada penelitian tidak berhasil membuktikan hubungan antara variabel X1 dan variabel Y. dengan kata lain,

bukan variabel X1 tidak berpengaruh terhadap variabel Y. Hanya saja sampel penelitian tidak berhasil membuktikan teori tersebut.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Novita Eka Sari dan Nur hasanah 2018), yang menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan lokasi berpengaruh terhadap keberhasilan usaha. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Haimda, Rahma dan Nurnadia 2023) yang menyatakan bahwa secara parsial Lokasi berpengaruh terhadap keberhasilan usaha (Studi Kasus Pada Es Jeruk Akang Jln. Cendrawasih Kelurahan Pasir Putih, Kecamatan Jambi Selatan, Kota Jambi) dan terlihat bahwa pemilihan lokasi yang strategis juga berdampak serta berpengaruh terhadap keberhasilan usaha. Penelitian lain juga dilakukan oleh (Ulum, Panji dan Rusnaini, Sasmita 2023) yang menunjukkan bahwa secara parsial Harga dan Lokasi berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pada UMKM Kuliner Muaro Bungo, dan terlihat juga bahwa semakin baik kondisi lingkungan bisnis disekitar lokasi usaha maka semakin mudah keberhasilan usaha dapat tercapai.

2. Pengaruh Harga terhadap Keberhasilan Usaha

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga (X_2) berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien jalur bertanda positif sebesar 0,510 dan nilai (T-statistic) $2,951 < 1,96$ (*T-tabel*) dan nilai *P-Values* $0,002 > 0,05$. Oleh karena itu hasil hubungan $X_1 \Rightarrow Y$ menerima hipotesis selanjutnya. Berdasarkan jawaban responden secara objektif terkait harga, 9 dari 12 pertanyaan yang diberikan lebih dari 80% responden menjawab dengan benar, 3 diantaranya hanya kurang dari 70% menjawab benar. Hal ini berarti pengetahuan pelaku usaha mebel terkait keberhasilan usaha secara objektif termasuk kategori tinggi dan dari 42 responden yang mengisi kuesioner menunjukkan bahwa dari seluruh indikator variabel harga memperoleh total skor rata-rata sebesar 173,4 dalam hal ini nilai tersebut menjelaskan bahwa variabel harga termasuk dalam kriteria skor pada rentang skala 142,9 – 176,4 dengan kategori tinggi.

Berdasarkan hasil penelitian diatas menunjukkan bahwa penelitian ini dinyatakan signifikan, dikarenakan teori menyebutkan ada keterkaitan yang

signifikan. Maka artinya adalah data objek yang dijadikan sampel pada penelitian berhasil membuktikan hubungan antara variabel X2 dan variabel Y, dengan kata lain, variabel X2 berpengaruh terhadap variabel Y.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Haimda, Rahma dan Nurnadia 2023) yang menyatakan bahwa secara parsial Harga dan Lokasi berpengaruh terhadap keberhasilan usaha (Studi Kasus Pada Es Jeruk Akang Jln. Cendrawasih Kelurahan Pasir Putih, Kecamatan Jambi Selatan, Kota Jambi), dan ia mengatakan bahwa dengan memberikan harga yang baik, pelanggan akan merasakan perlakuan yang lebih baik dari perusahaan. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Alwi, Farhan Al-May dan Mulyono, Joko., 2023) yang menunjukkan bahwa harga yang baik adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk, serta tidak semata-mata menentukan harga tidak berpedoman terhadap apa saja indikator dari harga itu sendiri.

3. Pengaruh Inovasi terhadap Keberhasilan Usaha

Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi (X_3) berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien jalur bertanda positif sebesar 0,317 dan nilai (T-statistic) $2,951 < 1,96$ (*T-tabel*) dan nilai *P-Values* $0,018 > 0,05$. Oleh karena itu hasil hubungan $X_1 \Rightarrow Y$ menerima hipotesis selanjutnya. Berdasarkan jawaban responden secara objektif terkait inovasi, 11 dari 15 pertanyaan yang diberikan lebih dari 80% responden menjawab dengan benar, 4 diantaranya hanya kurang dari 75% menjawab benar. Hal ini berarti pengetahuan pelaku usaha mebel terkait keberhasilan usaha secara objektif termasuk kategori tinggi dan dari 42 responden yang mengisi kuesioner menunjukkan bahwa dari seluruh indikator variabel inovasi memperoleh total skor rata-rata sebesar 174 dalam hal ini nilai tersebut menjelaskan bahwa variabel inovasi termasuk dalam kriteria skor pada rentang skala 142,9 – 176,4 dengan kategori tinggi.

Berdasarkan hasil penelitian diatas menunjukkan bahwa penelitian ini dinyatakan signifikan, dikarenakan teori menyebutkan ada keterkaitan yang signifikan. Maka artinya adalah data objek yang dijadikan sampel pada

penelitian berhasil membuktikan hubungan antara variabel X3 dan variabel Y. Dengan kata lain, variabel X3 berpengaruh terhadap variabel Y.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Mohamad Fauzi dan Tjiptogoro Dinarjo Soehari 2020) yang menyatakan bahwa secara parsial dan simultan sikap kewirausahaan, inovasi dan kreativitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan usaha, serta baginya bahwa inovasi merupakan salah satu dampak dari perubahan teknologi yang cepat. Kemajuan teknologi yang cepat dan tingginya tingkat persaingan menuntut setiap perusahaan untuk terus menerus melakukan inovasi yang pada akhirnya akan meningkatkan keunggulan pada perusahaan tersebut. Sejalan dengan penelitian ini, penelitian dari (Evi Fauzani dan Ety Siswati 2020) menyebutkan bahwa Inovasi produk tidak kalah penting dalam penentuan keberhasilan usaha, produk yang ditampilkan oleh pemilik usaha harus memiliki inovasi, keunikan produk sebagai hasil hasil inivasi secara temporer akan membawa persaingan yang lebih besar.

4. Pengaruh Lokasi, Harga, dan Inovasi terhadap Keberhasilan Usaha

Hasil uji hipotesis *R-Square* menunjukkan bahwa skala koefisien memiliki nilai positif dan berpengaruh secara bersama-sama atau simultan X1, X2, dan X3 terhadap Y adalah sebesar 0.698. maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel lokasi, harga, dan inovasi secara simultan mampu menjelaskan variabel keberhasilan usaha sebesar 69,80%. Hasil ini sesuai dengan aturan *rule of thumb* dimana oleh karena *R-Square Adjusted* sebesar 0,675 lebih dari 33% dan lebih sedikit dari 67%. Maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis 4 dapat diterima dan Ho ditolak karena *R-Square Adjusted* lebih dari 33% dan lebih sedikit dari 67% maka pengaruh semua variabel laten X1, X2, dan X3 terhadap Y termasuk tinggi.

Berdasarkan hasil penelitian diatas menunjukkan bahwa X1, X2, X3 terhadap Y, dapat dinyatakan positif dan berpengaruh secara bersama-sama atau silmultan, dikarenakan teori menyebutkan ada keterkaitan yang signifikan. Maka artinya adalah data objek yang dijadikan sampel pada penelitian berhasil membuktikan hubungan antara variabel X1, X2, X3, dan variabel Y Secara simultan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Haimda, Rahma dan Nurnadia 2023) menunjukkan bahwa secara parsial Harga dan Lokasi berpengaruh terhadap keberhasilan usaha (Studi Kasus Pada Es Jeruk Akang Jln. Cendrawasih Kelurahan Pasir Putih, Kecamatan Jambi Selatan, Kota Jambi) dan keberhasilan usaha erat sekali dengan inovasi produk, lokasi usaha, serta harga produk dimana keberhasilan usaha itu sendiri adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan hasil kinerja yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Bisnis dapat berkembang jika kualitas inovasi produk, lokasi strategis usaha, dan harga produk yang diberikan suatu perusahaan melebihi harapan pelanggan dengan harga yang terjangkau diimbangi dengan lokasi yang baik. Dengan kata lain, semakin terjangkau harga suatu produk, bersama dengan inovasi produk yang selalu di upgrade dan lokasi yang nyaman, semakin banyak kepuasan pelanggan maka keberhasilan usaha itu akan dapat tercapai.

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Lokasi harga dan inovasi terhadap keberhasilan usaha mebel di kecamatan mersam. Penelitian ini menggunakan *Partial Least Square* (PLS). Model yang diajukan pada penelitian ini dapat menjelaskan variabel Kinerja Usaha sebesar 69% dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang mempengaruhinya yaitu lokasi, harga, dan inovasi. Dengan demikian berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dipaparkan diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Di lihat secara Parsial atau dari pengaruh masing-masing variabel maka hasilnya sebagai berikut:
 - a. Variabel Lokasi, diperoleh nilai dengan signifikansi nol, tiga ratus dua puluh dua ($\text{Sig} > 0.05$), Hal ini menunjukkan bahwa variabel Lokasi tidak berpengaruh terhadap keberhasilan usaha.
 - b. Variabel Harga, diperoleh nilai dengan signifikansi nol, nol dua ($\text{Sig} < 0.05$), Hal ini menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh terhadap keberhasilan usaha.
 - c. Variabel Inovasi, diperoleh nilai dengan signifikansi nol, nol delapan belas ($\text{Sig} < 0.05$), Hal ini menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh terhadap keberhasilan usaha.
2. Dilihat secara simultan atau pengaruh keseluruhan dari semua variabel yang mempengaruhi keberhasilan usaha yang terdiri dari variabel lokasi, harga, dan inovasi, besarnya pengaruh ketiga variabel tersebut terhadap keberhasilan usaha adalah Enam puluh Sembilan persen (69%) dilihat dari *Adjusted R-square*.

6.2 Saran

Berdasarkan pembahasan diatas hasil penelitian, maka penulis menyarankan sebagai berikut:

1. Bagi pelaku usaha

Diharapkan untuk lebih meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan agar konsumen tertarik untuk membuat atau membeli mebel dan furniture, ditempat usaha anda tersebut.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Di harapkan untuk dapat menambahkan variabel-variabel yang lain bersangkutan dengan keberhasilan usaha, mengubah lokasi objek penelitian dan menambah jumlah respondennya serta mencari informasi sebanyak-banyaknya mengenai usaha mebel.

3. Bagi konsumen

Diharapkan sebagai warga Negara yang baik masyarakat Indonesia haruslah member dukungan dengan cara mencintai produk dalam negeri. Jika ada kelemahan misalnya dari aspek kualitas terhadap produk dalam negeri janganlah langsung beralih pada produk lain namun dengan cara memberikan saran yang disalurkan dengan baik demi kemajuan industri dalam negeri.

DAFTAR PUSTAKA

- Amanah, D. (2010). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada. *Jurnal Keuangan & Bisnis*, 2(1 March 2010), 71–87. <https://doi.org/10.17605/OSF.IO/HNGVJ>
- Ariyanto, A., Nuryani, A., & Sunarsi, D. (2020). Pengaruh Store Atmosphere Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Bsd Tangerang Selatan. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 3(1), 29–36. <https://doi.org/10.32493/jee.v3i1.7272>
- Alegre, I., Berbegal-Mirabent, J. (2016). Social Innovation Succes Factor: Hospitably and Tourism Social Enterpices. *International Jurnal at Contemporary Hospitality Management*, 28(6): 1155-1176.
- Alwi, Al-may Farhan., Mulyono,Joko. (2023). Pengaruh Harga, Lokasi, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. “Menantea Café” Teluk Jambe Karawang. *Jurnal Mirai Manajemen*. 8(1), 227-243.
- Ardiansyah, D. O. (2016). Pengaruh Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Dimediasi Oleh Kepuasan Kerja (Studi Pada Bagian Produksi Pabrik Kertas Pt. Setia Kawan Makmur Sejahtera Tulungagung). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 16–30. <https://media.neliti.com/media/publications/75118-id-pengaruh-komunikasi-terhadap-kinerja-kar.pdf>
- Ekasari, Novita dan Nurhasanah. 2018. Pengaruh Lokasi Dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kawasan Wisata Gentala Arasy Kota Jambi. 2(1),1-15.
- Fauzani, Evis dan Siswaty,Esty.2020. Analisa Dampak Motivasi, Inovasi, Dan Lokasi Para Keberhasilan Usaha Kue Tradisionas Holala Kota Jambi. *Citra Ekonomi*. 1(1),1-12.
- Fauzi, Mohammad, et all.2020. *The effect of entregreneurian aktitudes. Innovation and creasivity on business succes in the garment Industry (CV. Celbym and Yeiko)* . *DIJMS*. 1(6), 125 - 131.
- Fauziyah. Salma Sajidah. 2018. Pengaruh Lokasi Usaha dan Jiwa Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan usaha. Diploma thesis, Universitas Komputer Indonesia.
- Fure, Handra. 2013. Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisionas Bersehati Calaca. 2(1), 95- 120.

- Gilinsky, Armand., dkk. (2008). *Desperately Seeking Serendipity: Exploring The Impact of Country Location on Innovation in the Wine Industry*. 1-18.
- Haimda, Rahma Deni. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Keberhasilan Usaha. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Manajemen*. 1(3), 232-238.
- Handrawan, Bayu dan Iriani, Sri Setyo. 2014. Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Mie Sedaap Cup . *Jurnal Ilmu Manajemen*. 1(3).
- Hanggita, Ariffa Tio. 2018. Analisis Faktor Penelitian Lokasi Usaha Jasa Pada UMKM di Kecamatan Paciran. *Manajemen Bisnis*. 8(2), 36-47.
- Hanifah, Risma. 2017. Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Keterampilan Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha Sentra Wajit Cililin di Kecamatan Cililin Kabupaten Bandung Barat. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 3(2), 1-12.
- Hayat, Afra Wibawa Makna. 2012. Pengaruh Lokasi dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pembelian Konsumen Pada Distro *Ouval Research* di Buahbatu Bandung. *Jurnal UNIKOM*. 2(1), 1-16
- Hia, Agustus Martinus, et. all . 2022. Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Penjualan : Analisis Kualitas Pelayanan, Inovasi Produk Dan Kepuasan Konsumen (*Literature Review*). *Jurnal Ilmu Multidisiplin*. 1(2) , 368 -379.
- Hudin, J. M., & Riana, D. (2016). Kajian Keberhasilan Penggunaan Sistem Informasi Accurate Dengan Menggunakan Model Kesuksesan Sistem Informasi DeLone Dan McLean. *Jurnal Sistem Informasi (Journal of Information Systems)*, 12(1), 1–8.
- Husaini, A. F. (2017) . Pengaruh Modal Kerja, Lama Usana, Jam Kerja , dan Lokasi Usaha Terhadap Pandapatn Pedagang Monza di Pasar Simalingkar Medan. Sukripsi. Universitas Malikusaleh.
- Indah. Anggun Fajar Cahya. 2017. Pengaruh lorkas, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Pandapatn Pedagang Pasar Tradisional. Sarjana Terapan (S1/D4) thesis. Universitas Muhamadiyah Semarang.
- Juliani, Tri Gita. (2023). Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Promosi, dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha Seblak Padarame di Graha Asri Cikarang. 8(2), 249-259.
- Khotimah, N. (2018). Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Citra Perusahaan, Dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah Menabung Dan Loyalitas Di BankSyariah Mandiri. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen*, 05(01), 37–48. <http://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/jmm17/article/download/1712/1450>

- Lai, Aurel., Widjaja, Oey. (2023). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Kreativitas, dan Inovasi Terhadap Keberhasilan UMKM Kedai Kopi. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*. 5(3), 576-586.
- Lasena. 2013 . Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Pada PT. Dimembe Nyiur A gripro. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*. 1(3), 558 - 663.
- Maryani, N. L. K. S., Widyani, A. A. D., & Saraswati, N. P. A. S. (2020). Pengaruh Kompensasi Finansial Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Motivasi Sebagai Variabel Intervening Pada PT Arta Sedana Retailindo Cabang Hardys Malls Sanur. *Values*, 1(April), 53-67. <http://e-journal.unmas.ac.id/index.php/value/article/view/813>
- Paulus, A. L., & Wardhani, Z. K. (2018). Keunggulan Bersaing Usaha dan Bakery: Peran Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, dan Inovasi Produk. *Jurnal Manajemen*, 10(2), 88-96. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29264/jmmn.v10i2.4080>
- Puri, Vini Anggraini dan Fatmasari, Dewi: 2018. Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan Alfamart di Kelurahan Srondoi Wetan Semarang . *Majalah Imian Inspiratif*. 3 (5), 1-21.
- Purwaningsih, R., & Kusuma Damar, P. (2015). Analisis Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dengan Metode Structural Equation Modelling (Studi Kasus UKM Berbasis Industri Kreatif 65 Kota Semarang. *E-Journal Undip*, 2000, 7. https://publikasiilmiah.unwas.ac.id/index.php/prosiding_snst_ft/article/view/1113
- Prayudi, D., & Oktapiani, R. (2020). Pengukuran Kualitas Sistem Informasi Pendaftaran Pasien Dengan Model DeLone McLean (Studi Kasus pada Aplikasi Mobile RS Hermina). *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi*, 9(1), 22-28. <https://jurnal.ummi.ac.id/index.php/JIIE/article/view/731/382>
- Rahmatussani, A. M., Hidayah, S., & Rahmawati. (2020). Pengaruh Program Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Peningkatan Brand Image, Corporate Reputation Serta Customer Loyalty Pada Bankaltimtara. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas SAM Ratulangi (JMBI UNSRAT)*, 7(3), 429-449. <https://ojs.akbpstie.ac.id/index.php/jurnal-pundi/article/view/9/288>
- Rasyid. Harun Al dan Indan, Argus Tri. 2018. Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Akademi Bina Sarana Informatika*. 16 (1) . 39 - 49.

- Ratnasari, Alfina Dewi. 2017. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Usana Bisnis Online Shop di Kota Samarinda. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 5(1), 122 - 124.
- Riany, Adhe Ira dan Dahmiri. 2020 . Pengaruh Kreativitas Dan inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Wedding Organizer Hastina Puspita Decoration Kota Jombi) . *Jurnal Managemen Terapan dan Keuangan*. 9(2). 94-104.
- Saragih, Melianti., et. all - 2015. Pangaruh *Current Ratio* Terhadap *Return On Asset* pada Perusahaan Saktor Aneka Industri yang listing Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi*. 1(1), 19 -24.
- Setiana, Ganjar Rizki. 2017 . Pengaran Jiwa Kewirausahaan Dan Lokasi Usaha Ternadap Keberhasilan Usaha (servey Pada Sentra Industri Tekstil Cigondewah Bandung). Diploma Thesis. Universitas Komputer Indonesia.
- Setiawan, Nigroho. 2017. Pengarun Kreativitas dan Motivasi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha Pada UKM Pakaian Anak Pagarsih Bandung. Diploma thesis, Universitas Komputer Indonesia.
- Shofia,Amin.2019. *Creativity And Innovation In Achieving Succes In Traditional Cake Business*. *Perpertif Pembiayaan Dan Pembangunan Daerah*. 6(4).435-444.
- Slat, Andre Henri. 2013. Analisis Harga Pokok Produk Dengan Metode *Full Costing* dan Penentuan Harga Jual. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Binis dan Akuntansi* . 1(3),110 – 229.
- Supandi, E. D., & Mutmainatus S, S. (2020). Pengaruh Remunerasi dan Motivasi terhadap Kinerja Pegawai UIN Sunan Kalijaga dengan SEM. *PRISMA, Prosiding Seminar Nasional Matematika*, 3(1178), 84–94. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/prisma/article/view/37653/15489>
- Tamba, Rusdy. (2023). Pengaruh Inovasi dan Kualitas Produk Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Home Industry Sepatu Di Balaraja Tangerang. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 3(2), 119-128.
- Ulum,Panji. (2023). Pengaruh Lokasi dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha pada UMKM Kuliner Muara Bungo. *Jasiora*. 7(1), 85-96.
- Uma Sekaran & Roger Bougie. 2016. *Metode Penelitian Untuk Bisnis* (6th ed.) jakarta: salemba empat.
- Susanto, Hari.2019. Analisis Pengaran Pangekahnvan Kevirausahaan, lokasissana dan Kreativitas Pengusaha Ternadap Keberhasilan usaha Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) . *Jurnal Penerapan ilmu Managemen dan Kewirausahaan*. 4(2) , 200 – 214.

- Wibowo, A. E. 2012. Aplikasi Praktis SPSS Dalam Penelitian. Yogyakarta. Sri hartini (2012).
- Wiryanthy, Noverita dan Santoso, Singgih. 2018 . Pengaruh Harga, Citra merek dan Kualitas Terhadap Minat Beli Produk *Private Label*. Jurnal Riset Managemen dan Binis Dewantara, 1(2), 87-96.
- Yuseima, Dratian. 2018. Pangaruh Efikasi Diri dan Motivasi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Pengrajin Boneka Di Cijerah Bandung. Diploma thesis, Universitas Komputer Indonesia.

LAMPIRAN

Lampiran 1
Kuisisioner Penelitian

Dengan Hormat,

Terimakasih atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/I untuk berpartisipasi untuk mengisi dan menjawab seluruh pertanyaan yang ada dalam kuesioner ini. Penelitian ini digunakan untuk menyusun skripsi yang berjudul “**Pengaruh Lokasi, Harga, dan Inovasi Terhadap Keberhasilan Usaha Mebel Di Kecamatan Mersam**” Kuesioner ini ditunjukkan untuk pelaku usaha mebel di kecamatan mersam.

Saya menyadari bahwa pengisian kuesioner ini bias jadi akan mengganggu aktivitas Bapak/Ibu/Saudara/Saudari untuk menjadi responden penelitian ini. Sejalan dengan etika penelitian, saya akan menjamin kerahasiaan jawaban Bapak/Ibu/Saudara/Saudari dan memastikan bahwa jawaban tersebut semata-mata hanya digunakan untuk penelitian ini.

Untuk itu diharapkan para responden dapat memberikan jawaban yang sebenar-benarnya demi membantu penelitian ini. Atas kesediaanya saya ucapkan terimakasih, semoga penelitian ini bermanfaat bagi kita semua.

Hormat saya,
Penyusun

Andani Frawira
NIM. C1B019157

Lampiran 1.2 Identitas Responden

Bapak/Ibu/Saudara/Saudari yang terhormat,

Bersama ini saya mohon kesedian Bapak/Ibu/Saudara/Saudari untuk menjawab dan mengisi pernyataan kuesioner wawancara atas penelitian tentang **Pengaruh Lokasi, Harga, dan Inovasi Terhadap Keberhasilan Usaha Mebel Di Kecamatan Mersam**. Saya mohon Bapak/Ibu/Saudara/Saudari dapat menjawab pernyataan dengan memberikan tanda (√) pada kolom yang tersedia sesuai dengan pilihan dan jawaban Bapak/Ibu/Saudara/Saudari. Pada bagian I yaitu Identitas Responden sesuai dengan ketentuan berikut :

I. Identitas Responden

1. Nama :
2. Umur :
 - 16-20 Tahun
 - 21-25 Tahun
 - 26-30 Tahun
 - >31 Tahun
3. Jenis Kelamin : Laki-laki/Perempuan
4. Pendidikan Terakhir :
 - SD
 - SMP
 - SMA
 - D3
 - S1
 - S2/S3

Dengan skala likert sebagai berikut:

Simbol	Keterangan	Bobot/Nilai
STS	Sangat tidak setuju	1
TS	Tidak Setuju	2
N	Netral	3
S	Setuju	4
ST	Sangat Setuju	5

Lampiran 1.3
Daftar Pernyataan Kuisioner

1. Lokasi

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	TS
<i>Ketersediaan Lahan Parkir</i>						
1.	Usaha mebel ini mempunyai lahan parkir untuk kendaraan para pelanggan					
2.	Usaha mebel memiliki tempat parkir yang aman bagi pelanggan					
3.	Lokasi parkir jauh dari tempat usaha mebel					
<i>Memiliki Tempat Yang Cukup Luas</i>						
4.	Tempat usaha mebel ini telah menyediakan lahan yang cukup luas untuk menampung kapasitas barang yang akan diproduksi.					
5.	Tempat usaha yang bersih dengan menyisahkan tempat produksi dan tempat administrasi.					
6.	Tempat usaha yang sempit sehingga tempat produksi dan ruang tunggu kosumen satu ruangan					
<i>Lokasi Banyak Dilalui Transportasi</i>						
7.	Tempat usaha mebel ini dapat dilihat dari jalan raya dan mudah dijangkau					
8.	Akses menuju lokasi usaha mebel ini lancar dan tidak rawan kemacetan					
9.	Akses jalan yang tidak begitu baik menyulitkan konsumen untuk berkujung					
<i>Lokasi Yang Strategis</i>						
10.	Tempat usaha mebel ini terletak di lokasi yang strategis					
11.	Disekitar lokasi ini sudah terdapat penjual yang menjual makanan atau minuman bagi para pelanggan					
12.	Lokasi yang terbelang dekat dengan tetangga sehingga sisa-sisa produksi mengenai lingkungan tetangga					

2. Harga

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	TS
<i>Keterjangkauan Harga</i>						
1.	Saya akan memberi diskon harga untuk konsumen yang telah menjadi pelanggan atau membeli banyak produk.					
2.	Harga furniture dari usaha mebel ini masih tergolong terjangkau dibanding pesaing.					
3.	Harga yang dipatok sama dengan kata lain tidak berpatokan dengan masing-masing kerumitan					

Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk					
4.	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk.				
5.	Saya selalu mentarifkan harga yang bagus untuk barang yang bagus pula				
6.	Harga barang tidak sesuai dengan kualitas produk				
Daya Saing Harga					
7.	Harga produk dari usaha mebel ini dapat bersaing dengan produk dari usaha mebel lain.				
8.	Sebagai pengusaha dibidang mebel masih dikategori harga memiliki daya saing yang baik.				
9.	Di tempat usaha ini mentarifkan harga yang sama dengan toko lain.				
Kesesuaian Harga dengan Manfaat					
10.	Harga yang ditawarkan ditinjau dari kerumitan pembuatan produk mebel				
11.	Harga yang ditawarkan di usaha mebel sesuai dengan manfaatnya.				
12.	Manfaat dari barang toko ini terbilang hanya sebentar.				

3. Inovasi

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	TS
Keunggulan Relative						
1.	Produk usaha mebel saya memiliki kelebihan dibandingkan dengan produk mebel lain sejenis yang pernah ada					
2.	Barang furniture yang diproduksi dari usaha mebel ini mempunyai keindahan bentuk desainnya.					
3.	Keunggulan barang produksi melihat keunggulan toko pesaing.					
Kompatibilitas						
4.	Inovasi yang saya terapkan pada produk tidak merubah dasar metode produksi tetapi hanya melakukan pengembangan pada aspek tertentu.					
5.	Usaha mebel ini menggunakan bahan yang berkualitas.					
6.	Usaha ini menggunakan bahan baku acak.					
Kerumitan						
7.	Perbedaan motif produk saya dengan produk mebel lain dapat dilihat dengan jelas.					
8.	Furniture yang di peroleh dari usaha mebel ini memiliki tekstur yang halus.					
9.	Pelaku usaha tidak dapat menerima kerumitan produksi yang berlebihan.					

<i>Kemampuan Diujicobakan</i>					
10.	Inovasi produk yang saya lakukan dapat diterima dengan baik oleh konsumen.				
11.	Mutu barang dari usaha mebel ini sesuai dengan harga yang ditawarkan.				
12.	Ketika diujicobakan produk oleh konsumen masih terbilang buruk				
<i>Kemampuan Diamati</i>					
13.	Persepsi konsumen terhadap barang hasil produksi saya baik sehingga sangat minim keluhan dari konsumen.				
14.	Furniture yang di peroleh dari usaha mebel ini memiliki warna yang sesuai dengan desain produknya.				
15.	Motif produksi usaha selalu itu-itu saja.				

4. Keberhasilan Usaha

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	TS
<i>Modal</i>						
1.	Saya berhasil melakukan usaha ini karena modal yang terus berkembang.					
2.	Saya selalu menargetkan omset penjualan setiap bulannya.					
3.	Saya berhasil menaikkan omset penjualan namun hanya terkadang.					
<i>Pendapatan</i>						
4.	Saya berhasil melakukan usaha ini karena memperoleh pendapatan yang memadai.					
5.	Saya selalu memiliki kemauan dalam meningkatkan hasil penjualan usaha mebel					
6.	Saya berhasil melakukan usaha ini karena memperoleh pendapatan dari mencari keuntungan.					
<i>Volume Penjualan</i>						
7.	Saya berhasil melakukan usaha ini karena volume penjualan yang terus meningkat dampak harga yang setara dengan kualitas					
8.	Usaha mebel ini mengalami peningkatan pendapatan dari hasil penjualan.					
9.	Saya berhasil dalam usaha ini namun, tidak dibarengi dengan meningkatnya barang produksi.					
<i>Output Produksi</i>						
10.	Saya berhasil dalam usaha ini karena output produksi yang terus meningkat sebab inovasi yang terbaru.					
11.	Usaha mebel ini mengalami peningkatan jumlah alat produksi sebab jumlah produksi juga bertambah.					
12.	Usaha mebel ini memperbanyak produksi sebab hanya tuntutan usaha bukan					

	meningkatnya konsumen.					
Tenaga Kerja						
13.	Saya berhasil dalam usaha ini karena kemampuan jumlah dan tenaga kerja yang terus berkembang sehingga lokasi usaha juga diperluas.					
14.	Usaha mebel ini mengalami peningkatan jumlah karyawan.					
15.	Rekrutmen tenaga kerja bukan berdasarkan peningkatan usaha.					

Saran Responden:

Mersam,
Responden,

2023

()

Lampiran 2. Rekapitulasi Data Hasil Kuesioner Penelitian Lokasi (X1)

No.	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12
1	4	5	5	4	5	3	5	4	4	5	5	5
2	2	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4
3	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	3	4
4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	3	4	5
5	4	4	4	4	4	3	5	3	5	4	3	4
6	2	3	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5
7	3	3	4	4	5	4	3	3	4	4	4	2
8	5	4	3	4	5	5	4	4	4	5	1	5
9	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4
10	4	5	4	4	4	4	5	3	4	5	4	4
11	3	4	5	4	3	4	5	5	4	3	5	5
12	4	5	2	5	4	3	4	4	4	5	3	4
13	5	5	1	5	4	3	3	4	5	4	4	1
14	3	4	3	5	4	4	4	5	3	5	5	4
15	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4
16	4	4	4	2	5	5	5	5	4	5	4	4
17	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	3	2
18	4	3	4	3	2	4	5	4	4	5	5	5
19	4	3	4	4	3	3	5	5	5	5	4	4
20	3	3	4	4	4	4	3	5	4	5	3	4
21	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	3
22	5	4	5	3	3	5	4	5	4	5	3	4
23	3	3	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4
24	4	5	4	5	2	4	4	3	4	5	2	4
25	4	3	4	3	4	3	5	5	5	5	4	5
26	3	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
27	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4
28	5	4	5	4	2	5	4	2	4	5	3	4
29	5	3	4	5	5	4	5	5	4	4	3	4
30	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4
31	2	4	4	3	4	5	5	5	4	4	3	4
32	4	4	4	4	3	4	5	4	5	5	4	5
33	4	4	5	3	3	4	4	5	4	5	3	4
34	3	5	4	5	3	5	5	5	5	5	3	4
35	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4
36	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	3	4
37	4	3	4	4	4	5	5	2	5	5	3	4
38	5	4	4	5	3	4	5	5	5	5	4	4
39	4	4	5	4	3	4	4	4	2	4	3	3
40	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	3	4

41	4	2	4	5	3	4	5	4	2	5	3	4
42	4	3	4	5	3	5	5	4	5	4	3	4

Lampiran 3. Rekapitulasi Data Hasil Kuesioner Penelitian Harga (X2)

NO	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12
1	4	5	5	5	4	4	4	5	3	5	5	5
2	4	4	3	5	5	5	4	4	4	5	4	5
3	5	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4
4	4	3	3	5	4	4	4	4	3	4	5	4
5	4	4	4	3	4	4	4	5	3	3	4	4
6	3	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	3
7	4	3	4	5	5	5	4	5	3	5	5	5
8	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4	5
9	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5
10	4	5	4	5	5	4	3	4	4	5	4	4
11	4	4	3	3	5	4	5	5	4	5	4	5
12	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	5
13	4	4	3	5	5	4	4	4	3	4	4	4
14	4	4	4	4	5	5	4	3	3	4	5	5
15	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4
16	4	3	3	5	4	4	5	3	3	5	5	4
17	4	4	3	4	4	5	3	4	3	5	4	3
18	4	4	3	5	4	5	4	5	4	4	5	5
19	5	5	3	4	5	4	4	4	3	3	4	4
20	4	4	4	5	5	5	5	5	3	4	5	5
21	4	3	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4
22	3	4	3	5	5	5	4	5	3	4	5	4
23	4	4	4	4	5	4	5	4	3	4	4	4
24	4	4	3	5	4	4	3	5	3	5	4	5
25	3	3	3	5	5	4	4	4	3	4	3	5
26	4	4	3	5	5	4	5	3	3	4	4	5
27	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5
28	4	4	3	5	5	4	5	4	3	5	4	5
29	4	4	4	4	5	5	3	3	4	4	4	4
30	3	4	3	4	4	5	4	4	3	4	5	5
31	4	3	3	5	5	5	4	3	5	4	4	5
32	4	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	5
33	4	4	5	5	4	5	4	4	3	5	4	3
34	4	4	3	4	4	5	4	4	3	5	4	5
35	5	4	3	5	4	5	5	4	5	4	5	4
36	4	4	3	4	4	4	4	5	3	4	4	5
37	4	4	3	4	4	4	5	5	3	4	4	5
38	4	4	4	5	5	5	3	4	5	5	5	5

39	4	5	5	4	4	5	4	5	3	4	4	5
40	5	4	3	5	5	5	5	4	5	4	4	5
41	4	4	5	4	4	4	3	5	3	4	4	4
42	4	3	3	4	4	5	4	5	3	4	5	4

Lampiran 4. Rekapitulasi Data Hasil Kuesioner Penelitian Inovasi (X3)

NO	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	X3.11	X3.12	X3.13	X3.14	X.15
1	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5
2	4	4	5	4	4	5	4	5	3	4	5	4	4	4	5
3	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4
4	3	5	3	5	5	5	5	4	5	3	4	5	4	5	5
5	4	4	4	4	4	4	3	4	3	5	4	4	3	5	4
6	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5
7	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	3
8	3	4	4	4	5	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4
9	4	4	5	4	4	4	4	4	3	5	4	5	4	4	5
10	4	4	5	5	4	4	3	3	5	5	5	4	5	5	2
11	4	5	4	4	5	5	5	5	3	4	5	5	3	4	4
12	4	5	5	5	5	3	5	4	5	4	3	4	4	5	4
13	5	4	3	4	4	3	4	5	3	4	4	4	5	5	5
14	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4
15	3	4	4	3	5	4	4	5	3	3	5	4	4	3	4
16	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4
17	4	5	4	4	4	5	5	5	3	4	5	4	4	5	2
18	5	5	3	5	4	4	5	4	3	5	4	5	4	4	5
19	4	4	4	4	5	5	3	4	3	4	4	4	5	5	4
20	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5
21	4	4	3	4	5	5	5	4	4	3	5	4	3	4	3
22	3	5	3	5	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	4
23	4	4	4	4	5	3	4	3	3	4	4	4	5	5	5
24	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4
25	4	5	3	3	5	3	4	4	3	4	4	2	3	4	3
26	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	5	5	4	4
27	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	3
28	4	4	3	3	4	3	4	4	3	5	5	4	4	5	4
29	5	4	4	3	5	3	5	5	4	4	4	5	4	4	3
30	4	4	4	4	4	4	4	5	3	5	4	3	3	5	4
31	4	4	3	4	4	5	5	4	3	5	5	4	5	4	3
32	4	4	4	3	4	3	5	5	3	4	4	4	4	5	3
33	4	5	3	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4

34	4	4	4	3	5	3	5	4	3	4	4	4	5	5	3
35	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
36	4	4	3	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	3
37	5	5	3	4	5	3	4	4	4	5	5	4	5	5	4
38	4	4	3	3	4	4	4	5	3	5	4	4	4	4	3
39	5	4	3	4	5	3	5	5	4	4	4	4	4	5	4
40	4	4	3	3	5	4	5	4	3	5	5	4	5	4	3
41	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	3
42	4	5	4	4	5	3	4	4	3	4	4	5	4	4	4

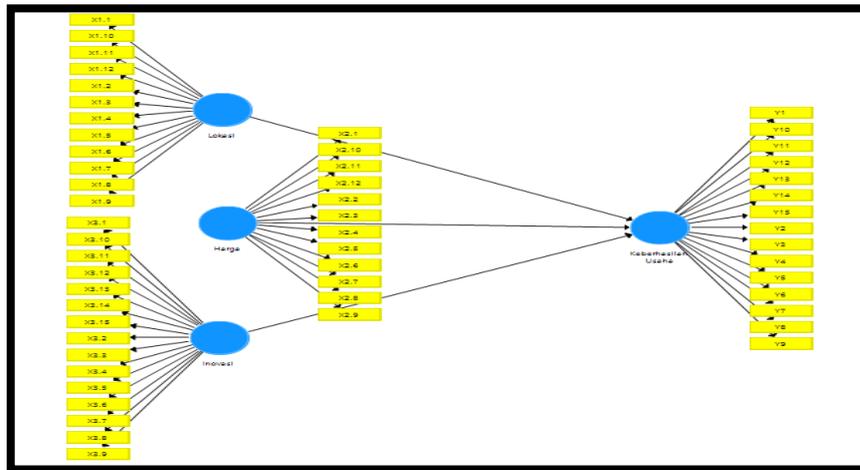
Lampiran 5. Rekapitulasi Data Hasil Kuesioner Penelitian Keberhasilan usaha (Y)

NO	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15
1	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	3
2	4	5	2	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5
3	5	4	4	4	4	3	5	4	4	4	3	5	3	5	4
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	3	4	4	3
5	4	4	3	4	5	5	5	5	3	4	5	4	3	3	3
6	4	4	4	4	5	5	4	4	3	3	3	5	4	4	4
7	4	5	2	4	4	4	5	4	3	5	5	4	5	5	3
8	4	4	1	5	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4
9	4	4	4	3	4	5	4	2	4	4	5	5	4	3	5
10	4	4	2	4	4	5	5	5	3	3	4	3	4	4	5
11	4	5	4	4	4	3	5	5	4	4	3	4	3	5	3
12	3	5	3	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4
13	4	5	4	4	5	3	5	4	3	4	3	4	4	3	3
14	4	4	4	4	4	5	5	4	3	5	4	3	4	5	5
15	4	3	4	4	3	5	4	5	4	4	3	4	3	3	4
16	4	4	2	4	4	5	5	5	4	5	3	5	4	3	3
17	4	5	4	5	5	3	4	4	3	5	3	4	4	5	5
18	5	4	3	3	5	3	5	5	3	4	4	3	4	3	3
19	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	3	3	4	3	4
20	5	3	3	4	5	4	4	5	4	5	4	4	3	5	3
21	4	4	3	4	5	5	5	4	2	4	3	3	4	3	4
22	4	4	4	4	5	3	4	3	3	5	3	3	5	3	5
23	3	3	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	3	3
24	4	3	3	4	4	3	4	5	4	4	3	3	4	5	5
25	4	4	4	5	4	4	5	5	3	4	3	4	5	3	5
26	4	3	4	4	5	4	4	5	2	5	5	4	3	3	4
27	4	4	3	4	5	5	5	4	4	4	3	3	5	5	3
28	4	3	4	4	5	3	5	5	3	5	3	4	4	3	5
29	4	3	3	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	3	5
30	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	5	3	3

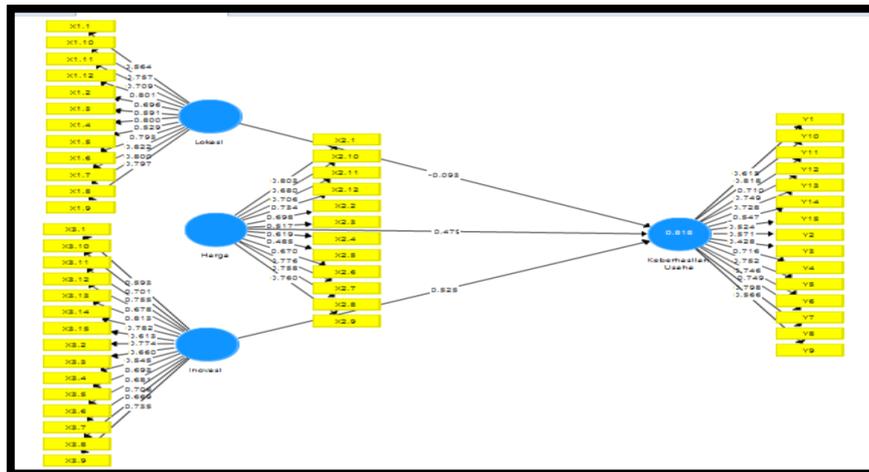
31	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	3	4	4	5	5
32	4	4	3	4	4	3	5	4	2	4	4	3	4	3	3
33	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	5	3	5
34	5	3	3	4	5	3	5	4	2	5	3	3	4	3	3
35	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	3	5
36	4	4	3	4	5	4	5	4	3	4	3	3	4	3	5
37	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3
38	3	4	3	4	5	4	4	5	3	4	3	3	4	3	5
39	5	4	4	4	5	3	5	5	3	4	4	4	5	3	3
40	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	4	3	5
41	4	2	4	4	5	4	5	5	2	5	3	3	4	3	3
42	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	5	3	5

Lampiran 6. Hasil Pengolahan Data Dengan PLS

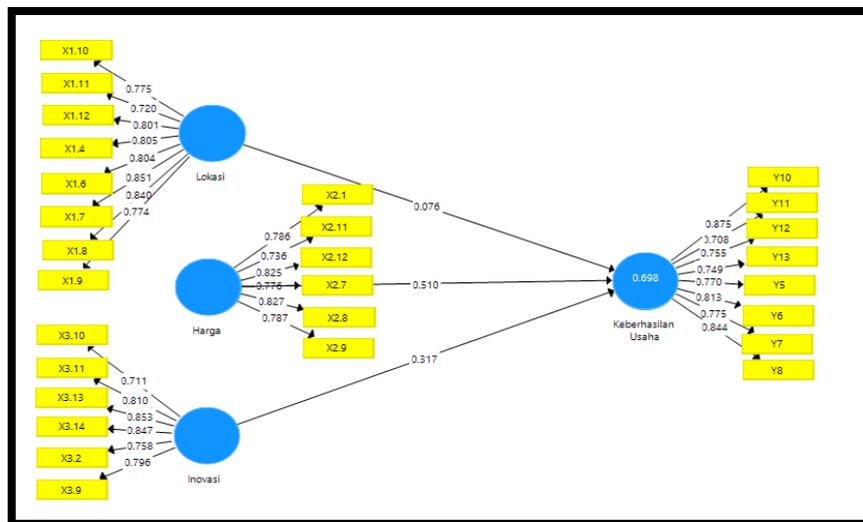
1. Hubungan antar variabel laten



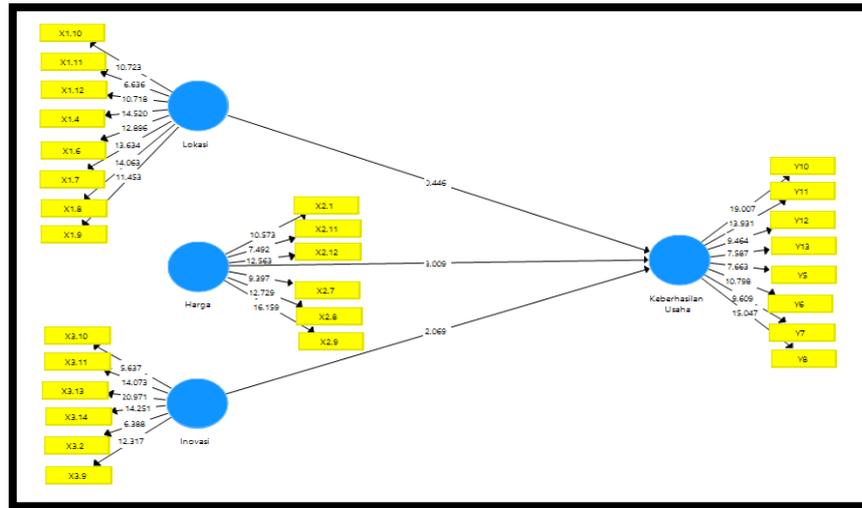
2. Outer Model



3. Outer Model Setelah Dikalkulasi Ulang



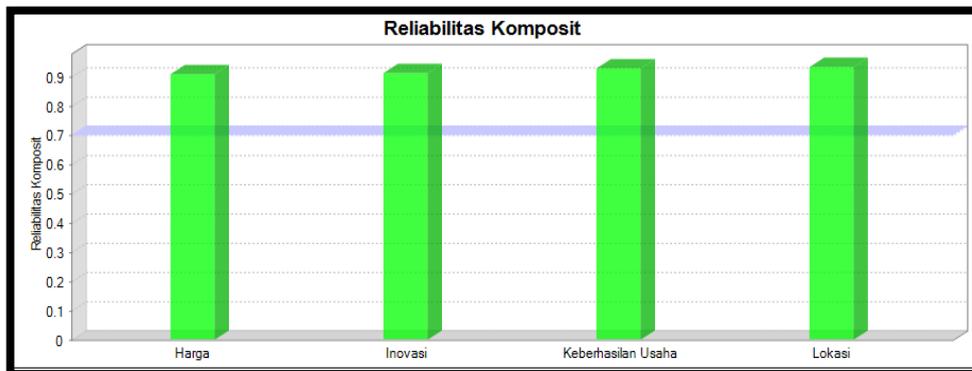
4. Inner Model



5. Matrix Composite Reliability Setelah Dikalkulasi Ulang

	Cronbach's Alpha	rho_A	Reliabilitas Komposit	Rata-rata Varians Diekstrak (AVE)
Harga	0.880	0.884	0.909	0.625
Inovasi	0.886	0.908	0.912	0.636
Keberhasilan Usaha	0.912	0.913	0.929	0.620
Lokasi	0.918	0.920	0.933	0.636

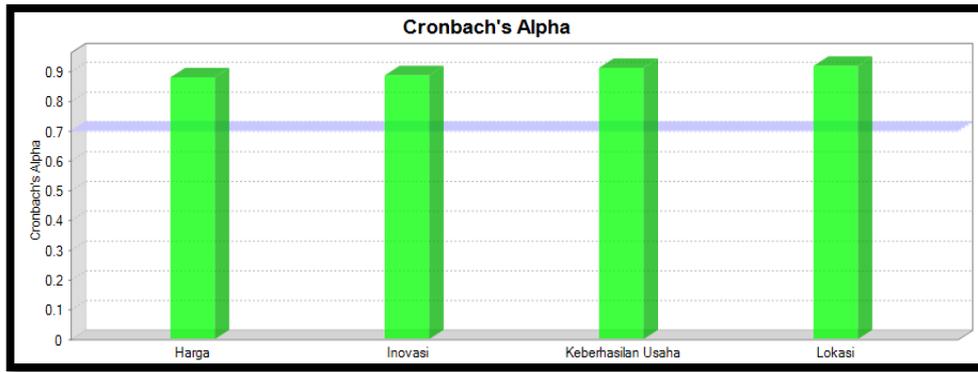
6. Diagram Composite Reliability Setelah Dikalkulasi Ulang



7. Matrix Cronbach's Alpha Setelah Dikalkulasi Ulang

	Cronbach's Alpha	rho_A	Reliabilitas Komposit	Rata-rata Varians Diekstrak (AVE)
Harga	0.880	0.884	0.909	0.625
Inovasi	0.886	0.908	0.912	0.636
Keberhasilan Usaha	0.912	0.913	0.929	0.620
Lokasi	0.918	0.920	0.933	0.636

8. Diagram Cronbach's Alpha Setelah Dikalkulasi Ulang



9. Path Coefficients

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O /STDEV)	P Values
Harga -> Keberhasilan Usaha	0.510	0.508	0.173	2.951	0.002
Inovasi -> Keberhasilan Usaha	0.317	0.349	0.150	2.110	0.018
Lokasi -> Keberhasilan Usaha	0.076	0.057	0.164	0.463	0.322

10. R-Square

	R Square	Adjusted R Square
Keberhasilan Usaha	0.698	0.675

Lampiran 7. Dokumentasi Penelitian









PEMERINTAH KABUPATEN BATANG HARI
KECAMATAN MERSAM
KEMBANG PASEBAN

Kode Pos 36654

Nomor : 517/508 /Pum/2023
 Lampiran : 1 (Satu) Lembar
 Perihal : **Izin Penelitian**

Kepada
 Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan
 Bisnis Universitas Jambi
 Kampus Pinang Masak Mendalo
 Indah

di-

Jambi

Berdasarkan Surat Universitas Jambi, Tanggal 29 Oktober 2023 tentang Permohonan Izin Riset/Penelitian Saudara:

Nama : Andani Prawira
 NIM : C1B019157
 Jurusan : Manajemen
 Judul Penelitian : Pengaruh Harga, Lokasi, dan Inovasi Terhadap Keberhasilan Usaha Mebel di Kecamatan Mersam.
 Lokasi Penelitian : Kecamatan Mersam Kabupaten Batang Hari
 Waktu Penelitian : 29 September 2023 s/d 12 Oktober 2023

Sehubungan dengan hal tersebut diatas pada perinsipnya kami menyetujui nama tersebut diatas untuk melakukan penelitian yang dimaksud, dan diharapkan selalu berkoordinasi dengan pihak Kecamatan selama penelitian.

Demikianlah surat izin penelitian ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya atas perhatian diucapkan terimakasih.

Kembang Paseban, 04 Oktober 2023

