

Pengaruh Tempat Parkir, Jarak Pengelihatan, Peritel Yang Berdampingan Terhadap Kesuksesan Bisnis Toko Sparepart dan Variasi Motor Di Surabaya

**Martinus Rukismono,
AM. Chandra Gunawan**

Abstract

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tempat parkir sebagai variabel dalam penelitian ini karena menurut peneliti tempat parkir adalah fasilitas pelengkap dari sebuah toko. Jika sebuah toko tidak memiliki tempat parkir yang memadai, atau tempat parkir tersebut terlalu jauh dari letak toko, hal tersebut akan membuat para pelanggan merasa malas untuk berkunjung ke toko tersebut. Sebaliknya, jika terdapat tempat parkir yang terlalu besar membuat orang berfikir kalau toko tersebut tidak di sukai. Peneliti juga menggunakan jarak pengelihatan sebagai variabel karena jarak pengelihatan mengacu kepada kemampuan pelanggan untuk melihat toko dari jalan. Jarak pengelihatan yang baik sangat penting karena membuat orang tidak kesulitan dalam mencari tempat tersebut dan membuat orang akan kembali lagi dan setia terhadap toko tersebut. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang pertama yang dilakukan dapat diketahui bahwa hipotesis yang diajukan yaitu bahwa faktor tempat parker, jarak pengelihatan dan peritel berdampingan mempunyai pengaruh serempak dan signifikan terhadap kesuksesan bisnis.

Kata Kunci : Kesuksesan Bisnis

PENDAHULUAN

Perubahan dan perkembangan kondisi pasar juga menuntut peritel untuk mengubah paradigma lama pengolahan ritel tradisional menuju paradikma pengolahan ritel modern. Pengolahan ritel modern membutuhkan dukungan infrastruktur yang memadai terutama kebutuhan teknologi tinggi. Dengan menggunakan teknologi tinggi memungkinkan agar ritel dapat membangun informasi yang canggih guna mendukung pengolahan sistem persediaan yang lebih efisien sehingga manajemen ritel mampu memudahkan pelayanan, pemrosesan, serta pengantaran layanan yang lebih cepat, teliti, agar dapat memuaskan pelanggan.

Dengan semakin dewasanya dunia bisnis khususnya dalam usaha ritel ini, persaingan yang ketat dalam usaha ritel membuat, peritel harus sangat berhati-hati dalam menentukan pemilihan lokasi suatu usaha bisnis. Karena dengan melakukan kesalahan dalam melakukan pemilihan lokasi ritel, akan berdampak pula kepada kemajuan bisnis tersebut. Demikian pula sebaliknya, dengan menentukan lokasi yang strategis akan menyebabkan usaha ritel tersebut maju dan berkembang. Usaha bisnis kecil sekalipun jika pemilihan lokasi usahanya strategis maka usaha bisnis tersebut akan berubah atau meningkat. Sedangkan jika usaha bisnis kecil

tersebut melakukan kesalahan dalam pemilihan lokasi usaha, maka yang tersisa hanyalah kegagalan.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tempat parkir sebagai variabel dalam penelitian ini karena menurut peneliti tempat parkir adalah fasilitas pelengkap dari sebuah toko. Jika sebuah toko tidak memiliki tempat parkir yang memadai, atau tempat parkir tersebut terlalu jauh dari letak toko, hal tersebut akan membuat para pelanggan merasa malas untuk berkunjung ke toko tersebut. Sebaliknya, jika terdapat tempat parkir yang terlalu besar membuat orang berfikir kalau toko tersebut tidak di sukai (Levy dan Weitz 2007:214). Peneliti juga menggunakan jarak pengelihatn sebagai variabel karena jarak pengelihatn mengacu kepada kemampuan pelanggan untuk melihat toko dari jalan. Jarak pengelihatn yang baik sangat penting karena membuat orang tidak kesulitan dalam mencari tempat tersebut dan membuat orang akan kembali lagi dan setia terhadap toko tersebut (Levy dan Weitz 2007:215).

Peneliti juga mengambil peritel yang berdampingan atau lingkungan sekitar sebagai variabel penelitian ini di sebabkan karena peritel yang berdampingan akan menimbulkan persaingan yang ketat, pengecer yang bersebelahan mempunyai potensi untuk membangun lalu lintas perdagangan. Target pengecer yang substitusi adalah target pasar dengan segmen pasar yang sama tetapi mempunyai suatu yang berbeda yang lebih diunggulkan seperti dalam hal layanan, kualitas barang, atau yang lainnya (Levy dan Weitz 2007:215).

Dari latar belakang yang telah di paparkan oleh penulis di atas menjadikan dasar dari penelitian ini yang akan dilakukan oleh peneliti dengan judul : **"Pengaruh Tempat Parkir, Jarak Pengelihatn, Peritel Yang Berdampingan Terhadap Kesuksesan Bisnis Toko Sparepart dan Variasi Motor Di Surabaya."**

Pengertian Lokasi

Menurut Foster (2008:51) Lokasi toko sangat mempengaruhi tingkat profitabilitas dan keberhasilan usaha dalam jangka panjang. Sedangkan menurut Kotler (2004:446) *"Retailing are accustomed to saying that the three keys to success are location, location, and location"*.

Menurut Davidson (1988:234), mengatakan bahwa bila semua faktor mempunyai nilai yang hampir sama dalam pemutusan pemilihan toko, pada umumnya konsumen akan memilih toko yang paling dekat, karena hal tersebut dapat memberikan kenyamanan yang lebih bagi konsumen dalam hal waktu, dan tenaga.

Karakteristik dari Lokasi

1. *Parking* (tempat parkir)

Menurut Levy dan Weitz (2007:214) *“The Amount and quality of parking facilities are critical for evaluating a shopping center and specific site within the center. They also must consider the availability of employee parking, the proportion of shoppers using cars, parking by nonshoppers, and the typical length of a shopping trip. A standard rule of thumb for a shopping center and 10 to 15 spaces per 1,000 square feet for a supermarket”*.

Menurut Berman and Ervans (2005:327) *“ Sometimes, free parking in shopping locations that are in or close to commercial areas creates problems. Commuters and employees of nearby businesses may park in these facilities, reducing the number of spaces available for shoppers ”*.

Menurut Sopiah dan Syihabudhin (2008:237) *“Ketersediaan tempat parkir yang memadai sangat diperlukan. Tempat parkir bukanlah sarana pelengkap dalam persyaratan manajemen minimarket, tetapi merupakan salah satu dari 8 P yang disyaratkan (Place, People, Product, Price, Promotion, Professional, Parking, and Power)”*.

2. Store Visibility (jarak pengelihatatan)

Menurut Levy dan Weitz (2007:214) *“ Good visibility is less important for stores with a well-established and loyal customer base, but most retailers still want a direct, unimpeded view of their store ”*.

Menurut Berman and Ervans (2005:327) *“ visibility refers to a site’s ability to be seen by pedestrian and vehicular traffic. High visibility makes passersby aware a store exists and is open”*.

3. Adjacent Retailers (peritel yang berdampingan)

Menurut Levy dan Weitz (2007:214) *“Location with complementary, as well as competing, adjacent retailers have the potential to build traffic. The grouped location approach is based on principle of cumulative attraction, which states that a cluster of similar and complementary retailing activities will generally have greater drawing power than isolated stores that engage in the same retailing activities”*.

Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Daya Tarik Sebuah Lokasi

Menurut Utami (2010:145) masalah – masalah yang membuat suatu lokasi tertentu memiliki daya tarik secara spesifik, yaitu aksesibilitas dan keuntungan secara lokasi sebagai pusatnya

1. Aksesibilitas, adalah suatu kemudahan bagi konsumen untuk datang atau masuk dan keluar dari lokasi tersebut. Analisis ini memiliki dua tahap yaitu :

- Analisis makro, untuk menaksir aksesibilitas lokasi pada tingkat makro ritel secara bersamaan mengevaluasi beberapa faktor seperti pola – pola jalan, kondisi jalan dan halangan – halangan.
 - Analisis mikro, berkonsentrasi pada masalah sekitar lokasi, seperti visibilitas, arus lalu lintas, parkir, keramaian, dan jalan masuk atau jalan keluar.
2. Keuntungan secara lokasi dalam sebuah pusat, Lokasi yang lebih baik memerlukan biaya yang lebih ritel harus mempertimbangkan kepentingan mereka. Pada dasarnya konsumen ingin berbelanja dimana mereka menemukan sejumlah variasi barang dagangan yang lengkap.

Perilaku Konsumen

Menurut Berman dan Evans (2004:173) mengatakan bahwa perilaku konsumen akan menentukan proses pengambilan keputusan dalam pemilihan mereka, dimana proses ini merupakan penyelesaian masalah untuk memilih dan membeli barang dan jasa dalam memenuhi kebutuhan konsumen.

- a. *Defining situation*: keadaan yang memiliki masalah khusus dan membutuhkan penyelesaian khusus pula. Jadi situasi merupakan keadaan yang harus dimengerti dan dijadikan landasan dalam pembuatan keputusan.
- b. *Developing needed*: dalam proses pembuatan keputusan selalu dimulai dari pengenalan masalah atau kebutuhan. Pembeli merasakan perbedaan antara keadaan nyata dan keadaan yang diinginkan.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini masuk dalam jenis penelitian kausal. Penelitian kausal adalah penelitian yang dilakukan untuk membandingkan suatu variable dependen, antara variabel independen yang berbeda atau waktu yang berbeda dan menemukan hubungan sebab akibat. Dalam penelitian ini variabel dependen memiliki variabel independen yaitu jarak pengelihat, tempat parkir dan peritel sekitar yang mempunyai pengaruh dalam pemilihan atau pengambilan keputusan lokasi bisnis sparepart dan variasi motor di Surabaya.

Jenis dan Sumber Data

Jenis Data

Jenis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi :

- Data kualitatif yaitu data yang berbentuk deskriptif atau uraian – uraian dari hasil penelitian yang keberadaannya untuk mendukung analisis masalah data tersebut diperoleh dari jawaban kuesioner tentang analisis pengaruh tempat parkir, jarak pengelihatn dan peritel berdampingan terhadap kesuksesan bisnis toko sparepart dan variasi motor di Surabaya yang diberikan kepada pemilik toko yang menjadi responden dalam penelitian ini.
- Data kuantitatif adalah data yang diperoleh dalam bentuk angka yaitu dari kata hasil pengisian kuisisioner oleh responden yang digunakan sebagai dasar penghitungan statistika.

Sumber data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Data premier adalah data yang diperoleh melalui penelitian yang dilakukan saat ini, data tersebut di peroleh dari pengisian kuesioner

Metode Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, *purposive sampling* merupakan teknik *non-probability sampling* dimana elemen populasi dipilih berdasarkan *judgement* peneliti. Karakteristik *purposive sampling* adalah sebagai berikut:

- Toko sparepart dan variasi motor
- Toko yang telah berdiri dan memiliki pelanggan.
- Semua toko sparepart dan variasi motor yang berlokasi di Surabaya

Metode Analisis Data

Teknik pengolahan data dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Program for Social Science*), sedangkan untuk teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

.

Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk menunjang pengujian hipotesis dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode statistic analisis regresi linier berganda. Dalam penelitian ini untuk mengetahui analisis pengaruh tempat parkir, jarak pengelihatn dan peritel berdampingan terhadap

kesuksesan bisnis toko sparepart dan variasi motor di Surabaya maka digunakan rumus sebagai berikut (Surhayadi dan Purwanto S.K, 2004:472) :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + \dots + b_k X_k$$

Dimana :

Y = Adalah variabel terikat yaitu kesuksesan bisnis toko sparepart dan variasi motor di Surabaya

a = Intersep Y, yang merupakan titik potong dengan sumbu Y

b₁ = Perubahan bersih Y per satuan perubahan X₁ dengan menganggap X₂ konstan

b₂ = Perubahan bersih Y per satuan perubahan X₂ dengan menganggap X₁ konstan

X₁ = Variabel bebas yaitu tempat parkir

X₂ = Variabel bebas yaitu jarak pengelihatn

X₃ = Variabel bebas yaitu peritel yang berdampingan

Dalam penelitian ini, untuk pengujian hipotesis menggunakan uji t. yang berfungsi untuk menguji tingkat signifikan pengaruh variabel tempat parkir, jarak pengelihatn dan peritel berdampingan terhadap kesuksesan bisnis toko sparepart dan variasi motor di Surabaya

1. Uji F

Uji F ini mempunyai tujuan untuk mengetahui apakah variable bebas secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variable terikat. Adapun prosedur dari uji F adalah sebagai berikut :

1. Menentukan hipotesis

H₀ : b₁ = b₂ = b₃ = 0 → artinya tidak ada pengaruh signifikan antara variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

H₁ : b₁ ≠ b₂ ≠ b₃ ≠ 0 → artinya ada pengaruh signifikan antara variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

2. Menentukan titik kritis atau (F_{tabel})

Tingkat signifikansi (α) = 5 % atau *convidence interval* = 95 %

Derajat bebas pembilang (dk₁) = K

Derajat bebas penyebut (dk₂) = N – K – 1

3. Menentukan besarnya F_{hitung}

$$F_{hitung} = \frac{R^2/(k-1)}{\quad \quad \quad}$$

$$(1-R)^2 / (n-k-1)$$

Dimana:

k = banyaknya variabel bebas

n = banyaknya data

4. Membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel}

H_0 ditolak dan H_1 diterima bila $F_{hitung} > F_{tabel}$

H_0 diterima dan H_1 ditolak bila $F_{hitung} \leq F_{tabel}$

2. Uji t

Uji t ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel tempat parkir (X_1), jarak pengelihatian (X_2), dan peritel berdampingan (X_3) secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variable kesuksesan bisnis toko sparepart dan variasi motor di Surabaya (Y). adapun prosedur yang harus di lakukan pada uji t adalah sebagai berikut:

a. Menentukan hipotesis

$H_0 : b_i = 0 \longrightarrow$ artinya tidak ada pengaruh signifikan antara variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.

$H_1 : b_i \neq 0 \longrightarrow$ artinya ada pengaruh signifikan antara variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.

b. Menentukan titik kritis (t_{tabel})

Tingkat signifikansi (α) = 5 % karena uji ini menggunakan uji 2 sisi, maka $\alpha/2 = 2,5$ %

Derajat bebas yang digunakan adalah $n-k-1$, sehingga diperoleh $t_{(\alpha/2, N-K-1)}$

c. Menentukan besarnya t_{hitung}

$$t_{hitung} = \frac{b_i}{SE(b_i)}$$

Dimana:

b_i = koefisien regresi dari variabel bebas ke-i

$SE(b_i)$ = standart error dari koefisien regresi dari variabel bebas

d. Membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel}

- $t_{tabel} \geq t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

- $t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil regresi linier berganda diperoleh nilai konstanta sebesar 0,859, nilai koefisien regresi variabel tempat parkir (X_1) = 0,347, jarak penglihatan (X_2) = -0,110, peritel berdampingan (X_3) = 0,475, sehingga menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,859 + 0,347 X_1 - 0,110 X_2 + 0,475 X_3$$

Coefficients ^a									
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	,859	,301		2,857	,005			
	Tempat Parkir	,357	,070	,347	5,125	,000	,471	,375	,301
	Jarak Penglihatan	-,104	,061	-,110	-1,725	,087	,017	-,135	-,101
	Berdampingan	,497	,066	,475	7,509	,000	,594	,509	,441

a. Dependent Variable: Kesuksesan

Berikut ini akan dijelaskan makna dari persamaan yang disusun ini adalah sebagai berikut:

1. Bilangan konstan (b_0) sebesar 0,859 menunjukkan bahwa apabila tempat parkir (X_1), jarak penglihatan (X_2), peritel berdampingan (X_3) nilainya sama dengan nol, maka kesuksesan bisnis sebesar 0,859 satuan.
2. Nilai $b_1 = 0,347$ merupakan nilai koefisien regresi untuk variabel tempat parkir terhadap kesuksesan bisnis yang menunjukkan bahwa tempat parkir mempunyai pengaruh positif terhadap kesuksesan bisnis.
3. Nilai $b_2 = -0,110$ merupakan nilai koefisien regresi untuk variabel jarak penglihatan terhadap kesuksesan bisnis yang menunjukkan bahwa jarak penglihatan mempunyai pengaruh negatif terhadap kesuksesan bisnis.
4. Nilai $b_3 = 0,475$ merupakan nilai koefisien regresi untuk variabel peritel berdampingan terhadap kesuksesan bisnis yang menunjukkan bahwa peritel berdampingan mempunyai pengaruh positif terhadap kesuksesan bisnis.

Nilai prosentase pengaruh semua variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) berupa nilai R^2 (koefisien determinasi).

Uji F

Tempat parkir (X_1), jarak penglihatan (X_2), dan peritel berdampingan (X_3) mempunyai pengaruh signifikan terhadap kesuksesan bisnis (Y) hal ini ditunjukkan dengan nilai Adjusted R Square sebesar 0.433 atau 43.3%.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,666 ^a	,444	,433	,54697	,444	42,821	3	161	,000

a. Predictors: (Constant), Berdampingan, Jarak Penglihatan, Tempat Parkir

Kontribusi tempat parkir (X_1), jarak penglihatan (X_2), dan peritel berdampingan (X_3) dapat dilihat dari koefisien determinasi (R squared) sebesar 0.444 atau 44.4% yang hal ini berarti kontribusi tempat parkir (X_1), jarak penglihatan (X_2), dan peritel berdampingan (X_3) terhadap Y adalah sebesar 44.4% dan sisanya 55.6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diperhitungkan dalam penelitian ini. Keeratan hubungan antara tempat parkir (X_1), jarak penglihatan (X_2), dan peritel berdampingan (X_3) terhadap kesuksesan bisnis (Y) ditunjukkan dengan Multipel R sebesar 0.666 atau sebesar 66.6% yang berarti keeratan hubungannya sangat kuat karena mendekati satu.

Untuk menguji signifikansi dari pengaruh secara serempak tersebut dapat dibuktikan dengan uji F sebagai berikut:

1. Ditentukan taraf nyata 0,05
2. Hipotesis di duga antara tempat parkir (X_1), jarak penglihatan (X_2), dan peritel berdampingan (X_3) mempunyai pengaruh serempak terhadap kesuksesan bisnis (Y) .
3. H_0 : Tidak terdapat pengaruh secara serempak yang signifikan antara faktor tempat parkir (X_1), jarak penglihatan (X_2), dan peritel berdampingan (X_3) terhadap kesuksesan bisnis (Y).

H_a : Terdapat pengaruh secara serempak yang signifikan antara tempat parkir (X_1), jarak penglihatan (X_2), dan peritel berdampingan (X_3) terhadap kesuksesan bisnis (Y).

4. Kriteria Penerimaan :

H_0 : Terima Jika $F_{\text{Hitung}} < F_{\text{table}} / P \text{ Sig} > 0.05$

H_0 : Ditolak Jika $F_{\text{Hitung}} > F_{\text{Tabel}} / P \text{ Sig} < 0.05$

5. Hasil Perhitungan

Jumlah variabel bebas (k) = 3 dan jumlah data (n) = 100, maka nilai kritis $F_{(n-k-1)}$ adalah $F_{(0,05;3;100)} = 2.76$ (Tabel F), sehingga apabila $F_{\text{hitung}} 42.821 > 2.76$, atau $P < \text{Sig} 0,05$ maka H_0 ditolak atau H_1 diterima, Dengan demikian berarti terdapat pengaruh secara serempak yang signifikan antara tempat parkir (X_1), jarak penglihatan (X_2), dan peritel berdampingan (X_3) terhadap kesuksesan bisnis (Y).

Uji t

Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	,859	,301		2,857	,005			
	Tempat Parkir	,357	,070	,347	5,125	,000	,471	,375	,301
	Jarak Penglihatan	-,104	,061	-,110	-1,725	,087	,017	-,135	-,101
	Berdampingan	,497	,066	,475	7,509	,000	,594	,509	,441

a. Dependent Variable: Kesuksesan

Faktor tempat parkir terhadap kesuksesan bisnis

Pengaruh *faktor tempat parkir* (X_1) terhadap *kesuksesan bisnis* (Y) sebesar 0.375 atau sebesar 37.5% sehingga pengaruhnya besar karena koefisien determinasi parsialnya diatas 50%. Koefisien regresi X_1 sebesar 0.357 adalah bahwa setiap kenaikan luas tempat parkir (X_1) sebesar 1 satuan maka akan diikuti dengan kenaikan kesuksesan bisnis sebesar 0.357.

Untuk mengetahui apakah variabel tempat parkir (X_1) mempunyai pengaruh signifikan terhadap kesuksesan usaha (Y) digunakan uji t dengan langkah-langkah sebagai berikut :

a. Merumuskan hipotesis statistik

Ho : $b_1 = 0$, berarti variabel bebas X_1 tidak mempengaruhi variabel terikat Y

Ho : $b_1 \neq 0$, berarti variabel bebas X_1 mempengaruhi variabel terikat Y

b. Menentukan nilai kritis

Dipilih level of significant : 0,05 (5%)

c. Kriteria pengujian:

Ho diterima, bila $t \text{ hitung} < t \text{ Tabel} / P \text{ Sig} > 0.05$

Ho ditolak, bila $t \text{ hitung} > t \text{ Tabel} / P \text{ Sig} < 0.05$

d. Hasil Pengujian

Dari hasil perhitungan dengan SPSS diperoleh nilai t hitung sebesar $5.125 > t$ dari tabel sebesar 1,980 atau P Sig sebesar $0.000 < 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak karena nilai P Sig 0.000 lebih kecil dari 0.05. Adanya penolakan Ho berarti tempat parkir (X_1) berpengaruh signifikan terhadap kesuksesan usaha (Y)

Jarak penglihatan terhadap kesuksesan bisnis

Pengaruh jarak penglihatan (X_2) terhadap kesuksesan bisnis (Y) sebesar 0.135 atau sebesar 13.5% sehingga pengaruhnya kecil karena koefisien determinasinya parsialnya dibawah 50%. Koefisien regresi X_2 sebesar 0.104 adalah bahwa setiap kenaikan jarak penglihatan (X_2) sebesar 1 maka akan diikuti dengan kenaikan kesuksesan usaha sebesar 0.104.

Untuk mengetahui apakah variabel jarak penglihatan (X_2) mempunyai pengaruh signifikan terhadap kesuksesan usaha (Y) digunakan uji t dengan langkah-langkah sebagai berikut :

a. Merumuskan hipotesis statistik

$H_0 : b_2 = 0$, berarti variabel bebas X_2 tidak mempengaruhi variabel terikat Y

$H_0 : b_2 \neq 0$, berarti variabel bebas X_2 mempengaruhi variabel terikat Y

b. Menentukan nilai kritis

Dipilih level of significant : 0,05 (5%)

c. Kriteria pengujian:

H_0 diterima, bila t hitung $< t$ tabel / P Sig > 0.05

H_0 ditolak, bila t hitung $> t$ tabel / P Sig < 0.05

d. Hasil Pengujian

Dari hasil perhitungan dengan SPSS diperoleh nilai t hitung sebesar $-1.725 <$ dari t table 1.980 / P Sig sebesar 0.087 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima karena nilai P Sig sebesar 0.087 lebih besar dari 0.05. Adanya penerimaan H_0 berarti Jarak penglihatan (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap kesuksesan bisnis (Y).

Peritel berdampingan terhadap kesuksesan bisnis

Pengaruh peritel berdampingan (X_3) terhadap kesuksesan bisnis (Y) sebesar 0.509 atau sebesar 50.9% sehingga pengaruhnya besar karena koefisien determinasi parsialnya diatas 50%. Koefisien regresi X_3 sebesar 0.497 adalah bahwa setiap kenaikan peritel berdampingan (X_3) sebesar 1 maka akan diikuti dengan kenaikan kesuksesan bisnis sebesar 0.497.

Untuk mengetahui apakah variabel Letak berdampingan (X_3) mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kesuksesan usaha (Y) digunakan uji t dengan langkah-langkah sebagai berikut :

a. Merumuskan hipotesis statistik

Ho : $b_3 = 0$, berarti variabel bebas X_3 tidak mempengaruhi variabel terikat Y

Ho : $b_3 \neq 0$, berarti variabel bebas X_3 mempengaruhi variabel terikat Y

b. Menentukan nilai kritis

Dipilih level of significant : 0,05 (5%)

c. Kriteria pengujian:

Ho diterima, bila $t \text{ hitung} < t \text{ tabel} / P \text{ Sig} > 0.05$

Ho ditolak, bila $t \text{ hitung} > t \text{ tabel} / P \text{ Sig} < 0.05$

d. Hasil Pengujian

Dari hasil perhitungan dengan SPSS diperoleh nilai t hitung sebesar 7.509 > dari t tabel sebesar 1.980 atau P Sig sebesar 0.000 lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak karena nilai P Sig sebesar 0.000 lebih kecil dari 0.05. Adanya penolakan Ho berarti Peritel berdampingan (X_3) berpengaruh signifikan terhadap Kesuksesan bisnis (Y).

Uji Pengaruh Dominan

Dari perhitungan menggunakan SPSS dapat diketahui bahwa Variabel Peritel berdampingan mempunyai pengaruh dominan terhadap Kesuksesan usaha hal ini dapat dilihat dari koefisien betanya sebesar 0.475 lebih besar dari variabel yang lain. Dengan demikian hipotesa yang ketiga yang menyatakan bahwa variabel peritel berdampingan mempunyai pengaruh dominan terhadap Kesuksesan bisnis diterima kebenarannya.

Analisa Kualitatif

Faktor Tempat parkir memiliki pengaruh signifikan terhadap Kesuksesan bisnis, terbukti benar dan sesuai dengan hasil penelitian yang berdasarkan hasil pengisian kuesioner oleh responden. Banyak responden yang menyadari pentingnya memiliki tempat parkir untuk tokonya. Karena mereka menyadari dengan tidak mempunyai lahan tempat parkir, maka mereka harus menggunakan lokasi milik orang lain salah satunya adalah jalan raya, yang tentunya hal tersebut sangatlah tidak bagus untuk kondisi lalu lintas di sekitar toko.

Dari hasil pengamatan oleh peneliti banyak sekali toko – toko yang tidak memiliki lahan parkir menggunakan bahu jalan untuk tempat parkir para langganan tokonya. Terlebih lagi pemilik toko sering pula menggunakan bahu jalan untuk sarana bongkar muat barang – barang dagangannya. Hal ini secara sadar dilakukan oleh pemilik toko, karena mereka juga

menyadari keterbatasan akan wilayah toko, dan kurangnya pengawasan dari pihak pemerintahan.

Oleh karena itu penulis merasa, perlunya kesadaran para pemilik toko untuk memikirkan permasalahan tempat parkir ini, karena dengan menggunakan bahu jalan, hal tersebut akan menimbulkan gangguan kepada pihak lain, dalam hal ini adalah pengguna jalan di daerah tersebut menjadi kurang lancar, yang di sebabkan semakin kecilnya lebar jalan yang bisa digunakan oleh pengguna jalan.

Hasil analisa tersebut menunjukkan tempat parkir berpengaruh secara positif terhadap kesuksesan bisnis toko sparepart dan variasi motor di Surabaya, artinya bahwa semakin baik dan memadai suatu tempat parkir dari sebuah toko maka semakin tinggi kesuksesan bisnis toko sparepart dan variasi motor di Surabaya. Hal ini disebabkan tempat parkir dapat meningkatkan kesuksesan bisnis dari suatu toko karena tempat parkir yang baik adalah tempat parkir yang nyaman, aman dan memudahkan konsumen dalam memarkirkan kendaraannya.

Jarak pengelihatan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Kesuksesan usaha, terbukti benar dan sesuai dengan hasil penelitian yang berdasarkan hasil pengisian kuesioner oleh responden. Dari beberapa responden yang telah di datangi oleh penulis selama penelitian, menurut mereka jarak pengelihatan tidaklah terlalu penting. Hal tersebut di dasari karena dari beberapa responden tersebut adalah toko – toko yang telah lama berdiri dan menggeluti usaha sparepart dan variasi motor ini cukup lama, sehingga telah memiliki nama dan pelanggan tetap.

Tetapi ada pula responden yang merasa pentingnya jarak pengelihatan antara toko dengan jalan raya, karena semakin mudah toko tersebut dilihat oleh konsumen dari jalan raya, maka konsumen tersebut akan semakin mudah pula menemukan toko tersebut.

Hasil analisa tersebut menunjukkan jarak pengelihatan berpengaruh secara negatif terhadap kesuksesan bisnis toko sparepart dan variasi motor di Surabaya, karena jarak pengelihatan tidak terlalu berpengaruh terhadap toko – toko sparepart dan variasi motor yang telah memiliki nama, pelanggan dan memiliki sistem yang kuat. Walaupun demikian semakin baik jarak pengelihatan suatu toko maka akan berdampak berbeda tergantung bisnis usaha yang dijalankan.

Kemudahan konsumen dalam melihat toko, kemudahan konsumen menuju toko dan letak toko di jalan raya membuat toko tersebut mudah dijangkau dengan angkutan umum membuat konsumen berbelanja di toko tersebut dan membuat toko semakin maju dan berkembang. Selain itu, toko sparepart dan variasi motor yang berada di tengah pusat bisnis, di mall atau

pusat perbelanjaan, dekat dengan keramaian dan dekat dengan jalan raya akan berpeluang untuk meraih tingkat kesuksesan yang lebih dibanding toko - toko sparepart dan variasi motor yang lokasinya jauh dari akses jalan, di daerah terpencil dan jauh dari keramaian.

Peritel berdampingan memiliki pengaruh signifikan terhadap Kesuksesan usaha , terbukti benar dan sesuai dengan hasil penelitian yang berdasarkan hasil pengisian kuesioner oleh responden. Banyak responden yang menyadari pentingnya peritel berdampingan dalam usaha sparepart dan variasi motor. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, hal tersebut dikarenakan banyaknya macam, jenis, merek dari sparepart dan variasi motor. Hal tersebut yang membuat para pemilik toko senang dengan peritel berdampingan, walaupun ada pula yang tidak menyenangi hal ini yaitu adanya peritel berdampingan.

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis, dengan adanya peritel berdampingan maka akan menimbulkan pola image pada masyarakat. Sebagai contoh dalam penelitian ini penulis mengambil pertokoan sekitar Jl Kapas Krampung, dapat kita lihat banyaknya toko – toko sparepart dan variasi motor yang berdiri pada jalan tersebut. Dengan keanekaragaman toko sparepart dan variasi motor tersebut menimbulkan kepada para konsumen, jika membutuhkan atau mencari sparepart dan variasi motor maka hal yang paling tepat adalah berkunjung ke Jl Kapas Krampung.

Hal inilah yang telah di temukan oleh peneliti, para pemilik toko sebagian besar sadar akan kekurangannya yaitu dalam pemenuhan kebutuhan sparepart dan variasi motor untuk pelanggannya, oleh karena itu dibutuhkan peritel berdampingan untuk melengkapinya, selain dapat menimbulkan arus lalu lintas perdagangan yang produktif, juga dapat menimbulkan kepuasan bagi konsumen. Sehingga konsumen tidak perlu bingung lagi untuk mencari kebutuhan akan sparepart motornya.

Hasil analisa tersebut menunjukkan peritel berdampingan berpengaruh secara positif terhadap kesuksesan bisnis toko sparepart dan variasi motor di Surabaya, artinya bahwa dengan adanya peritel yang berdampingan akan membuat suatu toko menjadi sukses dan berkembang karena adanya persaingan membuat pemilik toko untuk menonjolkan produk yang di tawarkan.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang pertama yang dilakukan dapat diketahui bahwa hipotesis yang diajukan yaitu bahwa faktor tempat parkir (X_1), jarak pengelihatn (X_2) dan peritel berdampingan (X_3) mempunyai pengaruh serempak dan signifikan terhadap kesuksesan bisnis (Y) diterima kebenarannya hal ini dibuktikan dengan uji signifikansi atau uji F pengaruh serempak variabel bebas terhadap variabel terikatnya adalah signifikan karena nilai P Sig sebesar 0.000 lebih kecil dari 0.05.
2. Faktor tempat parkir (X_1) dan peritel berdampingan (X_3) mempunyai pengaruh parsial dan signifikan terhadap Kesuksesan bisnis karena memiliki nilai P Sig dibawah 0.05, sedangkan variabel jarak pengelihatn (X_2) tidak mempunyai pengaruh parsial dan signifikan karena mempunyai nilai sig lebih besar dari 0.05.
3. Berdasarkan uji hipotesa secara parsial dapat diketahui bahwa hipotesis yang ke empat yang diajukan yaitu diduga pengaruh peritel berdampingan mempunyai pengaruh yang paling dominan terhadap kesuksesan bisnis dapat diterima kebenarannya karena pengaruhnya lebih besar bila dibandingkan dengan pengaruh variabel yang lain yaitu sebesar 0.475.

Saran

1. Berdasarkan penelitian ini, faktor tempat parkir (X_1), jarak pengelihatn (X_2) dan peritel berdampingan (X_3) berpengaruh signifikan terhadap kesuksesan bisnis (Y) maka dapat dijadikan dasar bagi pemilik usaha untuk mengambil keputusan dimasa yang akan datang.
2. Faktor tempat parkir (X_1) dan peritel berdampingan (X_3) mempunyai pengaruh parsial yang signifikan terhadap kesuksesan bisnis (Y), maka pemilik usaha diharapkan perlu untuk memperhatikan variabel faktor tempat parkir dan peritel berdampingan, mengingat variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap kesuksesan bisnis.
3. Peritel berdampingan adalah variabel yang berpengaruh dominan terhadap kesuksesan bisnis, hendaknya pemilik usaha memperhatikan variabel tersebut sehingga kesuksesan bisnis akan lebih meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, S., 1997, *Reliability dan Validitas*, cetakan pertama, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Berman, B., and Evans, J.R., 2005, *A Strategic Approach*, 10th Ed., New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Dunne, P.M., and Lusch, R.F., 2005, *Retailing*, 7th ed., America: Thomson Corporation.
- Foster, B., 2008, *Manajemen Ritel*, Bandung: Alfabeta.
- Furqon, 2002, *Statistik dalam Terapan*, Jakarta: Alfabeta Indonesia.
- Ghozali, Imam., 2002, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gilbert, D., 2003, *Retail Marketing Management*, 2th, England: Pearson Education.
- Heizer, J., dan Render, B., 2006, *Manajemen Operasional*, 7th ed., Jakarta: salemba Empat.
- Levy, M., and Weitz, B.A., 2007, *Retailing Management*, 6th Ed., New York: McGraw-Hill Companies, Inc.
- Ma'aruf, H., 2008, *Pemasaran Ritel*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Simamora, B., 2004, *Riset Pemasaran: Falsafah, Teori, dan Aplikasi*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Surhayadi dan Purwanto, S.K., 2004, *Statistika: untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*, 2th ed., Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono, 2008, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta.
- Utami, C.W., 2006, *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern*, Jakarta: Salemba Empat.