

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEBERHASILAN USAHA UMKM PERCETAKAN DIGITAL DI KECAMATAN SENEN
JAKARTA PUSAT**

Alfin Andriansyah¹, dan Mahmud²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Persada Indonesia Y.A.I

Jl. Diponegoro No.47, Jakarta Pusat, Indonesia

e-mail : alfinandriansyah7@gmail.com¹ , mahmud.sudiro@gmail.com²

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keberhasilan Usaha UMKM Percetakan Digital di Kecamatan Senen Jakarta Pusat. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat DKI Jakarta yang pernah menggunakan jasa layanan Percetakan Digital di Kecamatan Senen Jakarta Pusat dengan jumlah sample sebanyak 135 responden ditentukan menggunakan metode yang digunakan adalah metode kuantitatif deskriptif. Adapun teknik pengumpulan data dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS dan SmartPLS. Hasil penelitian ini mendapati bahwa Kualitas Produk, Lokasi dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Keberhasilan Usaha.

Kata Kunci: *Kualitas Produk, Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Keberhasilan Usaha*

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of product quality, location and service quality on the success of digital printing MSMEs in Senen District, Central Jakarta. The population in this study is the people of DKI Jakarta who have used Digital Printing services in Senen District, Central Jakarta with a total sample of 135 respondents determined using the method used is a quantitative descriptive method. Data collection techniques were carried out using SPSS and SmartPLS software. The results of this study found that product quality, location and service quality had a positive and significant impact on business success.

Keywords: *Product Quality, Location, Service Quality and Business Success*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha saat ini mengalami kemajuan yang sangat pesat, bagi para pelaku ekonomi termasuk industri dari berbagai skala usaha yang ditekuni, mulai dari skala kecil, menengah hingga skala besar. Salah satu sektor penunjang perekonomian di Indonesia yaitu berasal dari UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) yang terdiri dari berbagai bidang usaha seperti kuliner, fashion, kerajinan tangan, percetakan, dan lain-lain. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah mempunyai tujuan untuk dapat menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan (UU No. 20 Tahun 2008, 2008). UMKM sangat berperan penting dalam memajukan perekonomian di suatu negara, yang berperan sebagai pemberdayaan ekonomi rakyat, sarana menanggulangi terjadinya pengangguran, pemanfaatan tenaga kerja, dan distribusi pendapatan.

Mengingat pentingnya peran dan potensi usaha ini maka harus diupayakan diadakannya pembinaan dan pengembangan agar usaha jenis ini mampu mengatasi masalah yang akan dihadapi, guna mengembangkan usahanya menjadi lebih maju dan mandiri. Sehingga dapat meningkatkan perekonomian menjadi lebih maju, dan dapat bersaing dengan usaha lainnya.

Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah yang saat ini sedang populer adalah usaha percetakan digital. Khususnya UMKM digital marketing yang berada di wilayah Kecamatan Senen Jakarta Pusat ini memiliki beberapa jenis produk yang tersedia diantaranya terdapat cetak spanduk, pembuatan rambu-rambu, cetak kartu nama, jilid yasin, cetak undangan, dan cetakan sejenis lainnya. Bidang percetakan digital printing dengan menyerap tenaga kerja semaksimal mungkin dan menghasilkan cetakan yang bermutu tinggi. Karena itulah usaha ini dituntut untuk mengetahui, menilai, dan mengembangkan usahanya sebaik

mungkin agar mampu bersaing dengan usaha lainnya.

Keberhasilan usaha kecil terutama sangat ditentukan oleh individu pengusaha itu sendiri selain lingkungan eksternal. Artinya sampai sejauh mana pengusaha kecil itu mampu mengelola, membenahi secara tepat dan optimal potensi internalnya di samping memiliki kehandalan dalam membaca peluang, beradaptasi dan mampu mengantisipasi secara cermat terhadap fluktuasi lingkungan eksternal seperti perubahan pasar, selera konsumen, perubahan harga, bahan baku perkembangan teknologi, perubahan kebijakan maupun iklim ekonomi dan kondisi politik lainnya. (Sugidarma, 2004).

Faktor pertama yang mempengaruhi keberhasilan UMKM Percetakan Digital adalah Kualitas produk merupakan gambaran baik buruknya sebuah produk untuk melaksanakan fungsinya. Ukurannya dapat diketahui dari kehandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan operasi dan atribut bernilai lainnya. Selain itu konsumen akan cenderung memilih produk yang menawarkan kualitas, kinerja dan atribut inovatif yang terbaik, selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hendrawati, Rahadhini, & Triastity, 2017; Saputra, Hidayat, & Sunarti, 2017).

Faktor kedua adalah lokasi, lokasi yang strategis, dan strategi pemasaran untuk keberhasilan suatu usaha, juga ada kreativitas yang juga sangat mempengaruhi keberhasilan suatu usaha yang akan dijalankan, pada saat menjalankan usaha pengusaha harus memiliki ide-ide baru dan memiliki kreativitas, dengan memiliki kreativitas pengusaha mampu mengubah ide-ide yang sudah ada menjadi baru, mengeluarkan yang baru yang belum dimiliki oleh pesaing sehingga para pelanggan merasa puas, lokasi usaha menjadi salah satu hal yang penting dalam bisnis, mencari dan menentukan lokasi merupakan tugas yang paling penting karena penentuan lokasi yang tepat merupakan kunci kesuksesan suatu bisnis. Dalam menentukan lokasi usaha, faktor yang harus dipertimbangkan

yaitu ke strategisan, apakah daerah tersebut dapat dijadikan pusat bisnis atau bukan. Kreativitas dalam usaha sangat penting tidak hanya pemilik usaha yang memiliki kreativitas tetapi karyawan juga harus memiliki kreatif dalam mengerjakan atau menjalankan usaha dan tercapainya tujuan usaha adalah keinginan setiap kewirausahaan, (Susanto, 2019).

Faktor Ketiga Kualitas pelayanan memiliki makna "tingkat baik buruknya sesuatu", dapat juga dimaknai sebagai derajat atau tingkat kecakapan atau keunggulan dan kualitas relatif untuk mengukur dalam kebaikan. Menurut Zeithaml dan Bitner kualitas jasa atau layanan berarti memberikan jasa yang baik atau sangat baik dalam hubungannya dengan harapan pelanggan. Kualitas merupakan bentuk gambaran untuk menilai kebaikan pekerjaan atau suatu keharusan yang dilakukan oleh penyedia jasa (Arief, 2007:119). Namun tentu saja ada beberapa hambatan yang akan dialami oleh penyedia jasa dalam memberikan layanan yang baik, seperti; komitmen manajemen yang kurang pada kualitas pelayanan, terlalu birokrasi sehingga lambat dalam melayani keinginan konsumen, tidak ada standarisasi pemberian tugas, adanya diskriminasi dalam memberikan pelayanan, dan lain kurang profesionalitas dalam menguasai bidang pelayanan.

Kualitas produk merupakan gambaran baik buruknya sebuah produk untuk melaksanakan fungsinya. Ukurannya dapat diketahui dari kehandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan operasi dan atribut bernilai lainnya. Selain itu konsumen akan cenderung memilih produk yang menawarkan kualitas, kinerja dan atribut inovatif yang terbaik, selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hendrawati, Rahadhini, & Triastity, 2017; Saputra, Hidayat, & Sunarti, 2017) yang menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap tingkat keberhasilan usaha.

Dengan demikian berdasarkan penjabaran tersebut, maka peneliti tertarik untuk membuat penelitian yang berjudul:

“PENGARUH KUALITAS PRODUK, LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEBERHASILAN USAHA UMKM PERCETAKAN DIGITAL DI KECAMATAN SENEN JAKARTA PUSAT”.

Menurut Garvin dalam Fandy Tjiptono (2008, hal. 145) “Kualitas produk adalah karakteristik, komponen atau atribut obyektif yang dapat dikuantitatifkan dan dapat diukur. Perbedaan dalam hal kualitas mencerminkan perbedaan dalam hal jumlah beberapa unsur atau atribut yang dimiliki produk. Semakin banyak atribut yang dimiliki sebuah produk atau merek, semakin berkualitas produk atau merek bersangkutan.”

Sedangkan Machfoedz (2007, hal. 78) mengartikan, “Kualitas produk adalah alat penting untuk menentukan posisi”. Sementara American society for quality dalam Kotler dan Keller (2008, hal. 143) mengemukakan, “Kualitas produk merupakan totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat”.

Dari beberapa pendapat diatas, Maka uraian diatas tersebut dapat disimpulkan bahwa, “kualitas produk adalah suatu kondisi dinamis yang saling berhubungan meskipun dapat memiliki definisi yang berbeda tetapi produk pada intinya memiliki suatu spesifikasi terhadap suatu barang atau jasa yang dapat menimbulkan kepuasan yang memenuhi atau melebihi harapan bagi konsumen atau pelanggan yang menggunakannya. Jadi kesimpulan dari Kualitas Produk adalah totalitas dari karakteristik produk yang meliputi kinerja produk, fungsi 18 produk, keandalan produk, dan sebagainya untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen yang diharapkan”. Dalam arti sempit produk adalah sekumpulan atribut fisik nyata (tangible) yang terkait dalam sebuah bentuk yang dapat diidentifikasi.

Menurut Macfoedz (2007, hal. 73) “Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan (dimanfaatkan, dikonsumsi, dan dinikmati)”. Serta menurut Etta dan Sopiha (2013, hal. 15)

mendefinisikan, “ Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen”. Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa, “ Produk adalah sesuatu yang ditawarkan kepada pasar untuk dapat memenuhi konsumsi dan keinginan konsumen ataupun pelanggan.”

2. LANDASAN TEORI

Kualitas Produk

Menurut Stanton (dalam Sunyoto, 2012: 68), dalam arti sempit produk adalah sekelompok atribut fisik nyata yang terkait dalam sebuah bentuk yang dapat diidentifikasi. Sedangkan dalam arti luas, produk adalah sekelompok atribut nyata dan tidak nyata yang di dalamnya termasuk kemasan, warna, harga, kualitas, merek, pelayanan dan reputasi penjual.

Menurut Fandy Tjiptono (2014:14) Kualitas Produk adalah kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan yang mencakup produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan. Kualitas Produk juga merupakan kondisi yang selaluberubah (misalnya apa yang dianggap kualitas saat ini berkuatitas mungkin dianggap kurang berkualitas pada masa mendatang). Secara konseptual, produk merupakan pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang dapat ditawarkan untuk mencapai tujuan perusahaan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kapasitas perusahaan dan daya beli pasar.

Berdasarkan pendapat dari para ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa produk merupakan segala sesuatu yang dihasilkan oleh perusahaan dan dapat ditawarkan kepada konsumen untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan.

Lokasi

Lokasi adalah tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan. Suatu bisnis yang terletak di keramaian atau mudah dijangkau oleh konsumen menjadi salah satu strategi yang dilakukan pelaku bisnis sebelum menjalankan bisnisnya. (Swasta dan Handoko,2008: 80)

Kualitas Layanan

Menurut (Putri *et al.*, 2020) kualitas layanan dapat diartikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan

harapan konsumen atas layanan yang mereka terima. Kualitas layanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi konsumen atas layanan yang benar-benar mereka terima. Kualitas layanan merupakan sesuatu yang penting yang harus dilakukan perusahaan agar mampu bertahan dalam kegiatan usaha. Pelayanan tidak hanya sekedar melayani, tetapi merupakan upaya untuk membangun suatu kerja sama jangka panjang yang saling menguntungkan. Pelayanan yang baik merupakan salah satu syarat kesuksesan perusahaan jasa. Semakin banyaknya persaingan dalam dunia bisnis maka kualitas pelayanan harus ditingkatkan semaksimal mungkin untuk menarik pelanggan baru serta mempertahankan pelanggan lama. (Pusptasari, 2021).

Kualitas layanan adalah ukuran seberapa tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Artinya kualitas layanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan atau lembaga tertentu untuk memenuhi kebutuhan yang sesuai dengan apa yang diharapkan atau diinginkan berdasarkan kebutuhan pelanggan (Mahira *et al.*, 2021)

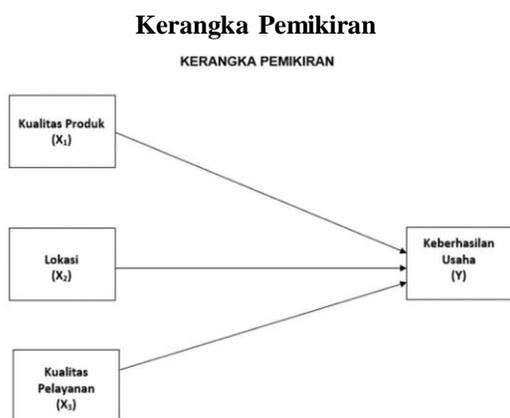
Berdasarkan pernyataan dari definisi diatas, peneliti sampai pada pemahaman bahwa kualitas layanan adalah ukuran dari tingkat layanan yang dirasakan pelanggan yang menunjukkan harapan dan kenyataan yang diterima konsumen, dimana kualitas pelayanan ini sangat penting bagi perusahaan untuk bertahan dalam kegiatan usahanya.

Keberhasilan Usaha

Menurut Suyanto (2010), keberhasilan usaha industri kecil dipengaruhi oleh berbagai faktor. Kinerja usaha perusahaan merupakan salah satu tujuan dari setiap pengusaha. Kinerja usaha industri kecil dapat diartikan sebagai tingkat keberhasilan dalam pencapaian maksud atau tujuan yang diharapkan. Sebagai ukuran keberhasilan usaha suatu perusahaan dapat dilihat dari berbagai aspek, seperti: kinerja keuangan dan image perusahaan. Menurut Glancey dalam Sony Heru Priyanto (2009) Wirausaha yang memiliki kemampuan mengambil keputusan yang superior akan dapat meningkatkan performansi usaha seperti peningkatan profit dan pertumbuhan usaha

Seperti yang dikemukakan oleh Suryana (2011) bahwa “Untuk menjadi wirausaha yang sukses harus memiliki ide atau visi bisnis (business vision) yang jelas, kemudian ada kemauan dan keberanian untuk menghadapi resiko baik waktu maupun uang”. Erlich (2007) mengatakan bahwa “Suatu usaha dikatakan berhasil di dalam usahanya apabila setelah jangka waktu tertentu usaha tersebut mengalami peningkatan baik dalam permodalan, skala usaha, hasil atau laba, jenis usaha atau pengelolaan” .

Menurut Sony Heru Priyanto (2009) Seseorang yang memiliki kewirausahaan tinggi dan digabung dengan kemampuan manajerial yang memadai akan menyebabkan dia sukses dalam usahanya.



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

Sumber : Data oleh sendiri (2023)

Hipotesis

Hipotesis alternatif yang akan diuji dalam penelitian ini adalah :

- (1) H_1 : Terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Keberhasilan Usaha pada UMKM Percetakan Digital di Kecamatan Senen Jakarta Pusat.
- (2) H_2 : Terdapat pengaruh Lokasi terhadap Keberhasilan Usaha UMKM Percetakan Digital di Kecamatan Senen Jakarta Pusat.
- (3) H_3 : Terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keberhasilan Usaha pada UMKM Percetakan Digital di Kecamatan Senen Jakarta Pusat.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode survei berbasis pendekatan deskriptif untuk mengumpulkan data factual. Pendekatan penelitian kuantitatif digunakan untuk memanipulasi informasi factual.

Penelitian ini dilakukan pada 175 pelanggan yang menggunakan jasa Percetakan pada UMKM Percetakan Digital di Kecamatan Senen Jakarta Pusat menggunakan Teknik pengambilan *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu Alasan menggunakan teknik *purposive sampling* ini karena sesuai untuk digunakan untuk penelitian kuantitatif, atau penelitian-penelitian yang tidak melakukan generalisasi.

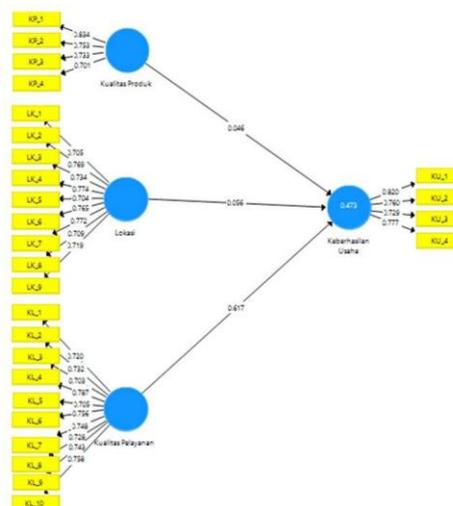
Penelitian ini menggunakan metode analisis data berbasis kuantitatif dengan menerapkan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan metode *Partial Least Squares* (PLS). Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan *software SmartPLS* versi 4.0.9.5. *Structural Equation Modeling* (SEM) yakni metode analisis multivariat yang dilakukan pengembangan guna mengatasi keterbatasan yang adapada model analisis sebelumnya yang sudah umum diterapkan pada penelitian statistik.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengukuran Outer Model

Uji Convergent Validity

Gambar dan table berikut ini menjelaskan nilai outer loading dalam penelitian ini.



Gambar 2
Hasil Pengolahan Data

Sumber : Hasil Alogaritma SEM-PLS, data diolah 2023

Berdasarkan hasil gambar diatas, berikut ini adalah pengolahan data.

Tabel 1
Hasil Uji Outer Loading

Variabel	Indikator	Loading Factor	Rule of Thumb	Kesimpulan
Kualitas Pelayanan	KL1	0.720	0.700	Valid
	KL2	0.732	0.700	Valid
	KL3	0.703	0.700	Valid
	KL4	0.787	0.700	Valid
	KL5	0.705	0.700	Valid
	KL6	0.756	0.700	Valid
	KL7	0.748	0.700	Valid
	KL8	0.728	0.700	Valid
	KL9	0.743	0.700	Valid
	KL10	0.758	0.700	Valid
Kualitas Produk	KP1	0.834	0.700	Valid
	KP2	0.753	0.700	Valid
	KP3	0.733	0.700	Valid
	KP4	0.701	0.700	Valid
Lokasi	LK1	0.705	0.700	Valid
	LK2	0.769	0.700	Valid
	LK3	0.734	0.700	Valid
	LK4	0.774	0.700	Valid
	LK5	0.704	0.700	Valid
	LK6	0.765	0.700	Valid
	LK7	0.772	0.700	Valid
	LK8	0.709	0.700	Valid
	LK9	0.719	0.700	Valid
Keberhasilan Usaha	KU1	0.820	0.700	Valid
	KU2	0.760	0.700	Valid
	KU3	0.729	0.700	Valid
	KU4	0.777	0.700	Valid

(Sumber : Data diolah, 2023)

Setelah pengolahan data dan eliminasi instrument yang tidak valid, semua instrument yang tersisa telah memenuhi kriteria dengan nilai > 0.70. Ini menunjukkan bahwa semua indicator telah dinyatakan valid dan layak untuk digunakan dalam penelitian ini, serta dapat diterapkan untuk analisis lebih lanjut.

Pada tahap pengujian validitas konvergen selanjutnya, akan dievaluasi menggunakan hasil uji AVE (*Average Variance Extracted*). Berikut adalah table nilai AVE.

Tabel 2
Hasil Uji Average Variance Extracted

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
Keberhasilan Usaha	0.596
Kualitas Pelayanan	0.545
Kualitas Produk	0.573
Lokasi	0.547

(Sumber : data diolah 2023)

Sesuai data yang tercantum pada Tabel nilai AVE yang melebihi 0.50 untuk setiap variable, dapat disimpulkan bahwa semua

variable memenuhi persyaratan validitas konvergen.

Uji Discriminant Validity

Berikut ini adalah table yang menunjukkan hasil pengujian validitas diskriminan

Tabel 3
Discriminant Validity-Heterotrait Monotrait

	Keberhasilan Usaha	Kualitas Pelayanan	Kualitas Produk	Lokasi
Keberhasilan Usaha				
Kualitas Pelayanan	0.809			
Kualitas Produk	0.608	0.748		
Lokasi	0.598	0.750	0.817	

(Sumber: data diolah, 2023)

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa semua nilai HTMT < 0,9 maka dapat dinyatakan bahwa semua konstruk telah valid secara validitas diskriminan berdasarkan perhitungan HTMT.

Untuk melakukan uji validitas diskriminan, selanjutnya dapat membandingkan nilai akar kuadrat AVE dengan nilai korelasi antar konstruk. Berikut ini adalah hasil output nilai dari Fornell Larcker yang menunjukkan hasil tersebut.

Tabel 4
Discriminant Validity – Fornell Lacker

	Keberhasilan Usaha	Kualitas Pelayanan	Kualitas Produk	Lokasi
Keberhasilan Usaha	0.772			
Kualitas Pelayanan	0.684	0.738		
Kualitas Produk	0.480	0.629	0.757	
Lokasi	0.510	0.675	0.730	0.740

(Sumber : data diolah 2023)

Pada tabel tersebut, nilai diagonal mewakili akar kuadrat AVE, sementara nilai di bawah diagonal mewakili korelasi antar konstruk. Dapat dilihat bahwasanya nilai akar kuadrat AVE memiliki nilai tinggi dibandingkan nilai korelasi antar konstruk. Oleh karena itu, dapat diambil kesimpulan bahwasanya model ini valid karena sesuai kriteria *discriminant validity*.

Untuk melakukan uji discriminant validity, selanjutnya memeriksa hasil pengujian yang terdapat dalam tabel *Cross Loading* pada SmartPLS. Berikut ini adalah tabel nilai dari *Cross Loading*.

Tabel 5
Discriminant Validity – Cross Loading

	Keberhasilan Usaha	Kualitas Pelayanan	Kualitas Produk	Lokasi
KL_1	0.503	0.720	0.449	0.499
KL_10	0.527	0.758	0.495	0.507
KL_2	0.467	0.732	0.354	0.444
KL_3	0.452	0.703	0.469	0.476
KL_4	0.499	0.787	0.412	0.518
KL_5	0.428	0.705	0.480	0.530
KL_6	0.529	0.756	0.524	0.549
KL_7	0.569	0.748	0.517	0.503
KL_8	0.522	0.728	0.445	0.485
KL_9	0.529	0.743	0.486	0.472
KP_1	0.332	0.439	0.834	0.693
KP_2	0.302	0.425	0.753	0.645
KP_3	0.354	0.516	0.733	0.691
KP_4	0.429	0.497	0.701	0.424
KU_1	0.820	0.507	0.420	0.390
KU_2	0.760	0.483	0.282	0.351
KU_3	0.729	0.545	0.361	0.427
KU_4	0.777	0.566	0.406	0.399
LK_1	0.304	0.442	0.579	0.705
LK_2	0.372	0.510	0.532	0.769
LK_3	0.344	0.431	0.689	0.734
LK_4	0.361	0.594	0.560	0.774
LK_5	0.307	0.483	0.603	0.704
LK_6	0.337	0.614	0.598	0.765
LK_7	0.478	0.463	0.679	0.772
LK_8	0.394	0.420	0.551	0.709
LK_9	0.429	0.543	0.533	0.719

(Sumber : data diolah 2023)

Sesuai Tabel tersebut, menunjukkan bahwa seluruh variabel laten memiliki discriminant validity yang baik, di mana indikator dalam blok indikator untuk setiap variabel mempunyai nilai loading yang lebih tinggi dibandingkan indikator dalam blok indikator variabel lainnya.

Uji Composite Reliability

Uji *composite reliability* digunakan untuk mengevaluasi nilai indikator-indikator dalam sebuah variabel. Uji ini melibatkan penggunaan *Cronbach's Alpha* serta *Composite Reliability*, dengan keputusan yang didasarkan pada nilai-nilai tersebut. Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan validitas serta reliabilitas konstruk.

Tabel 6
Construct Reliability and Validity

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Keberhasilan Usaha	0.774	0.774	0.855	0.596
Kualitas Pelayanan	0.907	0.909	0.923	0.545
Kualitas Produk	0.752	0.751	0.842	0.573
Lokasi	0.897	0.902	0.916	0.547

(Sumber : data diolah 2023)

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa hasil perhitungan pada composite reliability untuk semua konstruk bernilai lebih dari 0,60. Hal ini menunjukkan responden konsisten dalam menjawab pertanyaan, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua konstruk memiliki tingkat reliabilitas yang baik.

Pengukuran Inner Model R-Square

Tabel 7
R-Square

	R Square	R Square Adjusted
Keberhasilan Usaha	0.473	0.461

(Sumber : data diolah 2023)

Berdasarkan tabel diperoleh nilai *R Square* sebesar 0.473, hal ini berarti 47.3% variasi atau perubahan Keberhasilan Usaha dipengaruhi oleh Kualitas Produk, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan sedangkan sisanya sebanyak 54.7% oleh sebab lain yang tidak masuk dalam mode penelitian. Dapat dikatakan bahwa *R Square* pada variabel Keberhasilan Usaha adalah moderat.

F-Square

Berikut adalah hasil output untuk f-square yang menunjukkan Tingkat kontribusi relative dari variable laten independent terhadap variable laten independent.

Tabel 7
F-Square

	Keberhasilan Usaha	Kualitas Pelayanan	Kualitas Produk	Lokasi
Keberhasilan Usaha				
Kualitas Pelayanan	0.377			
Kualitas Produk	0.122			
Lokasi	0.074			

(Sumber : data diolah 2023)

Berdasarkan tabel nilai F Square diatas, variabel Kualitas Pelayanan terhadap Keberhasilan Usaha mempunyai nilai *F-Square* sebesar 0.377, yang menunjukkan bahwasanya variabel tersebut membawa pengaruh pada tingkat Besar terhadap Keberhasilan Usaha. Selanjutnya, variabel Kualitas Produk terhadap Keberhasilan Usaha mempunyai nilai *F-Square* sebesar 0.122, yang menunjukkan bahwasanya variabel tersebut membawa pengaruh pada tingkat kecil terhadap Keberhasilan Usaha. Sedangkan variabel lokasi terhadap

Keberhasilan Usaha mempunyai nilai *F-Square* sebesar 0.074, yang menunjukkan bahwasanya variabel tersebut membawa pengaruh yang kecil terhadap Keberhasilan Usaha.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk menentukan apakah variabel independent memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Pengujian menggunakan nilai statistic dengan alpha 5%. Hasil output pengukuran path coefficient dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 9
Path Coefficient

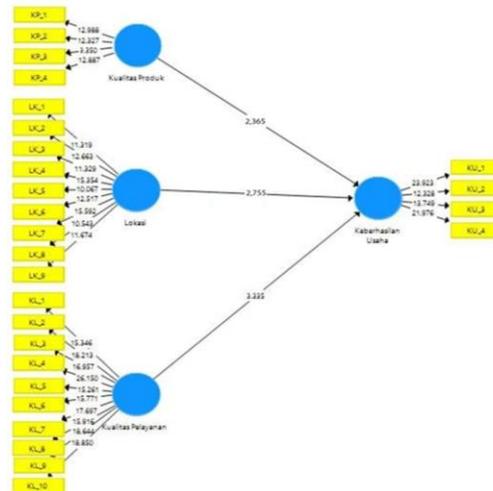
	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Kualitas Pelayanan -> Keberhasilan Usaha	0.617	0.541	0.185	3.335	0.001
Kualitas Produk -> Keberhasilan Usaha	0.046	0.049	0.110	2365	0.018
Lokasi -> Keberhasilan Usaha	0.056	0.142	0.209	2755	0.006

(Sumber : data diolah 2023)

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji hipotesis dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Variabel Kualitas Produk memiliki T-statistik sebesar 2365 > 1.96 dengan P-values 0,018 < 0.05. Perihal ini menunjukkan bahwasanya Kualitas Produk membawa pengaruh signifikan terhadap Keberhasilan Usaha. Hubungan antara Kualitas Produk dan Keberhasilan Usaha membawa pengaruh positif dengan koefisien (O) sebesar 0.046. Ini menunjukkan bahwasanya Kualitas Produk membawa pengaruh positif dan signifikan, terhadap Keberhasilan Usaha. Oleh karena itu, hipotesis pertama (H₁) diterima.
- 2) Variabel Lokasi memiliki T-statistik sebesar 2755 > 1.96 dengan P-values 0.006 < 0.05. Perihal ini menunjukkan bahwasanya Lokasi membawa pengaruh signifikan terhadap Keberhasilan Usaha. Hubungan antara Lokasi dan Keberhasilan Usaha membawa pengaruh positif dengan koefisien (O) sebesar 0.056. Ini menunjukkan bahwasanya Lokasi membawa pengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha. Oleh karena itu, hipotesis kedua (H₂) diterima.
- 3) Variabel Kualitas Pelayanan memiliki T-statistik sebesar 3.335 > 1.96 dengan P-values 0.001 < 0.05. Perihal ini menunjukkan bahwasanya Kualitas Pelayanan membawa pengaruh signifikan

terhadap Keberhasilan Usaha. Hubungan antara Kualitas Pelayanan dan Keberhasilan Usaha membawa pengaruh positif dengan koefisien (O) sebesar 0.133. Ini menunjukkan bahwasanya Kualitas Pelayanan membawa pengaruh positif serta signifikan terhadap Keberhasilan Usaha. Oleh karena itu, hipotesis ketiga (H₃) diterima.



Gambar 3
Hasil Bootstrapping
(Sumber : data diolah 2023)

Goodness of Fit (GoF)

Goodness of Fit (GoF) digunakan untuk mengevaluasi tingkat kesesuaian dan validitas model penelitian. Berikut ini adalah rumus dan perhitungan untuk Goodness of Fit (GoF).

Tabel 10
Goodness Of Fit Model

Rerata AVE	R Square	Goodness Of Fit Model
0.565	0.473	0.516

(Sumber : data diolah 2023)

Berdasarkan tabel hasil perhitungan menunjukan nilai GoF

$$\sqrt{Com \times R^2}$$

$$\sqrt{0.565 \times 0.473} = 0.516$$

0.516 termasuk Gof tinggi. Normed Fit Index (NFI) mempunyai nilai yang berkisaran 0 sampai 1. Menurut Wetzels et al (2009) dalam Yamin (2022), interpretasi nilai GoF

index adalah 0,1 (GoF rendah), 0,25 (GoF medium), dan 0,36 (GoF tinggi).

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keberhasilan Usaha

Berdasarkan hasil pengujian, dapat disimpulkan bahwasanya variabel Kualitas Produk membawa pengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha, dengan T-statistik sebesar $2365 > 1.96$ dengan P-values $0,018 < 0.05$. Oleh karena itu, hipotesis pertama (H_1) diterima.

Pengaruh positif Kualitas Produk menunjukkan bahwasanya semakin tinggi Kualitas Produk, semakin tinggi juga Keberhasilan Usaha. Hasil penelitian ini juga mendukung temuan penelitian sebelumnya yang menemukan bahwasanya Kualitas Produk membawa pengaruh positif serta signifikan terhadap Keberhasilan Usaha.

Pengaruh Lokasi Terhadap Keberhasilan Usaha

Berdasarkan hasil pengujian, dapat disimpulkan bahwasanya variabel Lokasi membawa pengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha, dengan nilai T-statistik sebesar $2755 > 1.96$ dengan P-values $0.006 < 0.05$. Oleh karena itu, hipotesis kedua (H_2) diterima.

Pengaruh positif Lokasi menunjukkan bahwasanya semakin tinggi Lokasi yang diberikan, semakin tinggi juga Keberhasilan Usaha. Hasil penelitian ini juga mendukung temuan penelitian sebelumnya yang menyimpulkan bahwasanya Lokasi membawa pengaruh positif serta signifikan terhadap variabel Keberhasilan Usaha.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keberhasilan Usaha

Berdasarkan hasil pengujian, dapat disimpulkan bahwasanya variabel *Kualitas Pelayanan* membawa pengaruh positif serta signifikan terhadap Keberhasilan Usaha, dengan nilai T-statistik sebesar $3.335 > 1.96$ dengan P-values $0.001 < 0.05$. Oleh karena itu, hipotesis ketiga (H_3) terbukti ataupun diterima.

Pengaruh positif *Kualitas Pelayanan* menunjukkan bahwasanya semakin tinggi *Kualitas Pelayanan* yang diberikan, semakin tinggi juga Keberhasilan Usaha. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang menyimpulkan bahwasanya

Kualitas Pelayanan membawa pengaruh positif terhadap Keberhasilan Usaha.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis penelitian ini, penulis menyimpulkan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Kualitas Produk (X_1) terhadap Keberhasilan Usaha (Y). Oleh karena itu membuat H_1 diterima.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Lokasi (X_2) terhadap Keberhasilan Usaha (Y). Oleh karena itu membuat H_2 diterima.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Kualitas Pelayanan (X_3) terhadap Keberhasilan Usaha (Y). Oleh karena itu membuat H_3 diterima.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Indriyatni, L. (2013). Analisis faktor faktor yang berpengaruh terhadap keberhasilan usaha mikro dan kecil (studi pada usaha kecil di Semarang Barat). *None*, 5(1), 133017.
- Gemina, D., Silaningsih, E., & Yuningsih, E. (2016). Pengaruh motivasi usaha terhadap keberhasilan usaha dengan kemampuan usaha sebagai variabel mediasi pada industri kecil menengah makanan ringan priangan timur-Indonesia. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 15(3), 297-323.
- Purnama, C. (2010). Motivasi dan kemampuan usaha dalam meningkatkan keberhasilan usaha industri kecil (Studi pada industri kecil sepatu di Jawa Timur). *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 12(2), 177-184.
- Suarmawan, K. A., Suharsono, N., & Suwena, K. R. (2015). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha mikro dan kecil (Studi pada usaha kerajinan ingka di Desa Bulian, Kec. Kubutambahan). *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 5(1).
- Firdarini, K. C. (2019). Pengaruh pengalaman usaha dan penggunaan informasi akuntansi pelaku usaha mikro kecil menengah terhadap keberhasilan usaha. *Jurnal Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Program Magister Manajemen*, 6(1), 25-37.

- Kodu, S. (2013). Harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian mobil Toyota avanza. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(3).
- Atmaja, J. (2018). Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas pada bank BJB. *Jurnal Ecodemica*, 2(1), 49-63.
- Bonifacio, A., & Sihite, M. (2021). Pengaruh Strategi Bisnis Berupa Kinerja Pengurus Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Anggota Serta Implikasinya Pada Keberhasilan Usaha Dengan Partisipasi Anggota Sebagai Variabel Moderator Di Kokapura-Jakarta. *EKOBISMAN: JURNAL EKONOMI BISNIS MANAJEMEN*, 6(1), 65-79.
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen pada marketplace: Kualitas produk dan kualitas pelayanan (Literature review manajemen pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211-224.
- Fitriyani, S., Murni, T., & Warsono, S. (2018). Pemilihan Lokasi Usaha dan Pengaruhnya Terhadap Keberhasilan Usaha Jasa Berskala Mikro dan Kecil. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(1), 47-58.
- Indriyatni, L. (2013). Analisis faktor faktor yang berpengaruh terhadap keberhasilan usaha mikro dan kecil (studi pada usaha kecil di Semarang Barat). *None*, 5(1), 133017.
- Ekasari, N., & Nurhasanah, N. (2018). Pengaruh Lokasi dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kawasan Wisata Gentala Arasy Kota Jambi. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 2(1), 1-15.
- Bonifacio, A., & Sihite, M. (2021). Pengaruh Strategi Bisnis Berupa Kinerja Pengurus Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Anggota Serta Implikasinya Pada Keberhasilan Usaha Dengan Partisipasi Anggota Sebagai Variabel Moderator Di Kokapura-Jakarta. *EKOBISMAN: JURNAL EKONOMI BISNIS MANAJEMEN*, 6(1), 65-79.
- Tresaeni, S., & Haryati, Y. T. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kesesuaian Kebutuhan terhadap Keberhasilan Unit Usaha Toko Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Semarang Tahun 2014. *Economic Education Analysis Journal*, 4(3).
- Khatimah, S. (2023). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PENDAMPINGAN, DAN MODAL TERHADAP KEBERHASILAN USAHA UMKM. *El-Aswaq: Islamic Economics and Finance Journal*, 3(2).
- Woen, N. G., & Santoso, S. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Promosi, dan Harga Normal terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 10(2), 146-163.
- Normasari, S., Kumadji, S., & Kusumawati, A. (2013). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, citra perusahaan dan loyalitas pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 6(2).
- Khotimah, S. N. K. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Pendampingan, dan Modal Terhadap Keberhasilan Usaha UMKM (Studi Kasus Nasabah Bank Syariah Kabupaten Malang).
- Winarni, E., & Mahsun, A. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Sidoarjo. *Yos Soedarso Economic Journal (YEJ)*, 3(3), 51-66.
- Firdarini, K. C. (2019). Pengaruh pengalaman usaha dan penggunaan informasi akuntansi pelaku usaha mikro kecil menengah terhadap keberhasilan usaha. *Jurnal Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Program Magister Manajemen*, 6(1), 25-37.
- Herawaty, N., & Yustien, R. (2019). Pengaruh Modal, Penggunaan Informasi Akuntansi Dan Karakteristik Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha Kecil (Survei Pada Usaha Rumahan Produksi Pempek di Kota Jambi). *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Finansial Indonesia*, 3(1), 63-76.