

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Landasan penelitian terdahulu dijadikan sebagai pertimbangan dan acuan dalam membandingkan pengaruh suatu variabel Beberapa penelitian yang telah dilakukan mengenai Pemilihan Lokasi usaha dan keberhasilan usaha adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1
Ringkasan Penelitian Terdahulu

No	Peneliti/Judul	Variabel	Analisis Data	Hasil Penelitian
1	Sutanto (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Terhadap Kesuksesan Usaha Dagang Di Kota Surabaya	Kedekatan dengan infrastruktur, Lingkungan bisnis, Biaya lokasi dan Kesuksesan usaha	Regresi linier berganda	Kedekatan dengan infrastruktur, Kedekatan dengan lingkungan bisnis dan Biaya lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan dalam kesuksesan usaha dagang di Kota Surabaya
2	Lesmana et al (2018) . Pengaruh Pemilihan Lokasi Usaha Terhadap Kesuksesan Usaha Jasa Mikro Di Jalan Juanda Samarinda	Kedekatan Dengan Infrastruktur, Lingkungan Bisnis, Biaya Lokasi dan Kesuksesan Usaha	Regresi linier berganda	kedekatan dengan infrastruktur, lingkungan bisnis, dan biaya lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesuksesan usaha baik secara parsial, maupun secara simultan.

Lanjutan Tabel 2.1.

No	Peneliti/Judul	Variabel	Analisis Data	Hasil Penelitian
3	Yani dan Subandrio (2021), Pengaruh Pemilihan Lokasi Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Di Kelurahan Nusa Indah Kota Bengkulu	Pemilihan Lokasi dan perkembangan usaha mikro	Regresi linier sederhana	terdapat pengaruh antara variabel pemilihan lokasi terhadap perkembangan Usaha Mikro
4	Fu'ad (2015). Pengaruh Pemilihan Lokasi Terhadap Kesuksesan Usaha Berskala Mikro/Kecil Di Komplek Shopping Centre Jepara	Kedekatan Dengan Infrastruktur, Lingkungan Bisnis, Biaya Lokasi dan Kesuksesan Usaha	Regresi linier berganda	Ketiga variabel independen yang mempunyai pengaruh terbesar terhadap kesuksesan usaha yaitu variabel biaya lokasi sebesar 46%. Sedangkan dua variabel lainnya yaitu kondisi lingkungan dan kedekatan dengan infrastruktur masing-masing berpengaruh terhadap Kesuksesan Usaha
5	Fitriyani et al (2018). Pemilihan Lokasi Usaha Dan Pengaruhnya Terhadap Keberhasilan Usaha Jasa Berskala Mikro Dan Kecil	Lingkungan Bisnis, Biaya Lokasi dan Keberhasilan usaha Usaha	Regresi linier berganda	Pemilihan lokasi berdasarkan faktor lingkungan bisnis berpengaruh terhadap keberhasilan usaha. Pemilihan lokasi berdasarkan faktor biaya lokasi berpengaruh terhadap keberhasilan usaha.

Lanjutan Tabel 2.1

No	Peneliti/Judul	Variabel	Analisis Data	Hasil Penelitian
6	Hidayat dan Zuliarni (2014). Pengaruh Lokasi Usaha Pada Volume Penjualan (Survei pada Restoran Kecil di Lingkungan Universitas Riau)	Akses, Visibilitas, Tempat Parkir, Lingkungan, Persaingan, Volume Penjualan	Analisis Regresi	Lokasi usaha (Akses, Visibilitas, Lalu Lintas, Tempat Parkir, Lingkungan) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan restoran kelas kecil di lingkungan kampus Universitas Riau Panam
7	Andika dan Mukarromah (2021). Pengaruh lokasi usaha terhadap keuntungan (studi kasus toko pakaian di kecamatan bantan Kabupaten bengkalis)	Akses, Visibilitas, Lalu Lintas, Tempat Parkir, Ekspansi, Lingkungan, Persaingan, Keuntungan Usaha	Analisis Regresi	lokasi usaha (Akses, Visibilitas, Lalu Lintas, Tempat Parkir, Ekspansi, Lingkungan dan Persaingan) toko pakaian di Kecamatan Bantan Kabupaten Bengkalis tidak berpengaruh signifikan terhadap keuntungan.
8	Khoirul, Yudana, dan Rahayu (2019). Faktor Utama Pemilihan Lokasi Kafe Di Kota Surakarta	Aksesibilitas, Lingkungan, Peraturan Pemerintah, Kompetitor, Parkir, Visibilitas, Ukuran Lokasi, Tenaga Kerja, Biaya,	Analisis Faktor	Faktor factor yang mempengaruhi pemilihan lokasi Usaha adalah factor fleksibilitas lokasi (jalan utama, arus lalu lintas, kemudahan lokasi dilihat), Faktor kedua adalah kesesuaian lokasi (ketersediaan ruang parkir, luas lokasi), Faktor ketiga adalah dukungan sekitar lokasi (lingkungan),

Lanjutan Tabel 2.1

No	Peneliti/Judul	Variabel	Analisis Data	Hasil Penelitian
9	Chelviani, Meitriana dan Haris (2017). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan Lokasi toko modern di kecamatan buleleng	aksesibilitas, visibilitas, tempat parkir, ekspansi, lingkungan, persaingan, peraturan pemerintah.	Analisis Faktor	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tujuh faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi yaitu aksesibilitas, visibilitas, tempat parkir, ekspansi, lingkungan, persaingan, peraturan pemerintah

B. Teori dan Kajian Pustaka

1. Lokasi usaha

a. Pengertian Lokasi Usaha

Pemilihan lokasi usaha merupakan salah satu keputusan bisnis yang harus di buat secara hati-hati. Penelitian-penelitian menemukan bahwa lokasi usaha berhubungan dengan kesuksesan usaha tersebut. Namun, penelitian-penelitian tersebut masih didominasi oleh pemilihan lokasi di sektor manufaktur, industri teknologi tinggi, dan perusahaan besar, dimana pemilihan lokasi usaha-usaha tersebut didorong oleh pertimbangan besarnya biaya transportasi bahan produksi.

Menurut Tjiptono (2002) " Lokasi Usaha adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan

untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya. Pemilihan lokasi usaha tidak dapat dilakukan secara coba-coba, mengingat semakin ketatnya persaingan usaha serta banyaknya usaha yang sejenis. Karenanya pemilihan lokasi usaha dilakukan dengan beberapa pertimbangan yang disertai fakta yang konkrit dan lengkap. Pemilihan lokasi usaha yang tepat akan menentukan keberhasilan suatu usaha, karena lokasi usaha erat kaitannya dengan pasar potensial suatu perusahaan.

Pemilihan lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat menentukan tercapainya tujuan usaha. Menurut Swasta & Irawan (2008), pada umumnya pembisnis mempunyai tujuan dalam melakukan penjualan yaitu mencapai volume penjualan tertentu, mendapatkan laba tertentu dan menunjang pertumbuhan perbisnisan. Lokasi sendiri dapat didefinisikan sebagai letak atau toko pada daerah yang strategis sehingga dapat memaksimalkan laba. Sedangkan menurut Suwarman (2004), lokasi merupakan tempat usaha yang sangat mempengaruhi keinginan seseorang konsumen untuk datang dan berbelanja.

Berdasarkan teori diatas dapat disimpulkan bahwa lokasi merupakan suatu tempat dimana perusahaan beroperasi dan menghasilkan barang dan jasa yang akan ditawarkan kepada konsumen. Pemilihan suatu lokasi usaha yang strategis dan tepat sangat menentukan keberhasilan suatu usaha dikemudian hari.

b. Faktor Pemilihan Lokasi Usaha

Lokasi usaha adalah hal utama yang perlu dipertimbangkan. Lokasi Strategis menjadi salah satu faktor penting dan sangat menentukan keberhasilan suatu usaha. Dalam memilih lokasi usahanya, pemilik lokasi usaha harus mempertimbangkan fakto-faktor pemilhan lokasi, karena lokasi usaha akan berdampak pada kesuksesan usaha itu sendiri

Keputusan mengenai lokasi dapat menentukan keberhasilan perusahaan. Kesalahan dalam menentukan lokasi dapat menghambat efisiensi perusahaan tersebut. Pemilihan lokasi usaha jasa sering kali mempengaruhi pendapatan dari pada biaya. Hal tersebut menunjukkan bahwa fokus lokasi perusahaan jasa untuk menentukan volume konsumen dan pendapatan. Berikut beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan dalam memilih lokasi usaha.

Menurut Tjiptono (2002), pemilihan tempat atau lokasi fisik memerlukan pertimbangan cermat terhadap faktor-faktor lokasi sebagai berikut:

- 1) Akses, misalnya lokasi yang mudah dilalui atau mudah dijangkau karena transportasi umum
- 2) Visibialitas, misalnya lokasi dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan

- 3) Lalu lintas (traffic), menyangkut dua pertimbangan utama yaitu:
 - a) Banyaknya orang yang lalu lalang bisa memberikan peluang besar terhadap terjadinya impulse buying, yaitu keputusan pembelian yang sering terjadi spontan, tanpa perencanaan, dan atau tanpa melalui usaha-usaha khusus
 - b) Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa juga menjadi hambatan
- 4) Tempat parkir yang luas dan aman.
- 5) Ekspansi, yaitu tersedia tempat yang cukup luas untuk perluasan usaha dikemudian hari.
- 6) Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan.
- 7) Persaingan, yaitu lokasi pesaing

Menurut Swasta & Irawan (2008), faktor yang harus dipertimbangkan dalam menentukan daerah bisnis adalah:

- 1) Luas daerah perdagangan
- 2) Dapat dicapai dengan mudah
- 3) Potensi pertumbuhan
- 4) Lokasi saingan

Selain faktor tersebut diatas pilihan utama dalam memilih lokasi usaha adalah yang berada di pusat perkotaan atau berada di padat penduduk. Daerah yang memiliki padat penduduk yang besar memiliki kesempatan lebih besar untuk menarik minat konsumen untuk

membeli. Menurut Ariani (2009), dalam memilih lokasi yang berada di tengah perumahan, perusahaan jasa memperhatikan beberapa hal, yaitu:

- 1) Akses, yaitu kemudahan keluar dan masuk ke dan dari jalan raya menuju lokasi, serta kemudahan mendapatkan sarana angkutan umum.
- 2) Lalu lintas, yaitu tingkat kemacetan atau kelancaran jalan raya yang dapat menggerakkan hati calon pembeli (impluse buying).
- 3) Parkir, yaitu adanya sarana parkir yang memadai.
- 4) Lingkungan, yaitu lingkungan sekitarnya yang mendukung pelayanan atau yang dapat berkomplemen dengan pelayanan atau jasa yang ditawarkan. Sebagai contoh, kafe berdekatan dengan daerah asrama, kampus mahasiswa, sekolah, perkantoran, dan sebagainya.
- 5) Pemerintah, yaitu ada tidaknya peraturan pemerintah yang melarang jasa atau pelayanan diberikan di daerah tersebut, serta tingkat pajak, khususnya pajak bumi dan bangunan.
- 6) Tenaga kerja, yaitu tersedianya karyawan dengan keahlian seperti yang diinginkan.
- 7) Pelengkap, yaitu pelayanan yang berkomplemen atau yang dapat melengkapi pelayanan yang ditawarkan

Berdasarkan penjelasan faktor-faktor pemilihan lokasi diatas, tentunya diarahkan untuk mendorong penjualan dan memberikan keuntungan bagi perusahaan. Kelancaran akses menuju lokasi, lalu lintas dan tempat parkir merupakan aspek-aspek penting penentuan lokasi yang pada umumnya merupakan faktor yang dipertimbangkan oleh konsumen ketika mengunjungi lokasi usaha.

2. Keberhasilan usaha

a. Pengertian Keberhasilan Usaha

Keberhasilan usaha adalah suatu keadaan dimana usaha mengalami peningkatan dari hasil yang sebelumnya. Keberhasilan usaha merupakan tujuan utama dari sebuah perusahaan, dimana segala aktifitas yang ada didalamnya ditujukan untuk mencapai suatu keberhasilan. Menurut Zimmerer (2008) Keberhasilan usaha adalah : sebuah hasil yang dicapai dari kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan untuk menemukan cara-cara baru dalam melihat masalah dan peluang dan kemampuan untuk menerapkan solusi kreatif terhadap masalah dan peluang untuk meningkatkan atau untuk memperkaya kehidupan orang-orang.

Keberhasilan dalam usaha merupakan sesuatu hal yang utama dari sebuah perusahaan, dimana segala aktivitas ditujukan untuk mencapai suatu keberhasilan. Dalam pengertian umum, keberhasilan menunjukkan suatu keadaan yang lebih baik atau unggul dari pada masa sebelumnya. Keberhasilan dijadikan tolak ukur dari segala upaya dan

kerja keras dari suatu kegiatan. Pengukuran keberhasilan usaha dapat berbeda antara satu usaha dengan yang lain atau anatara satu pemilik dengan pemilik usaha yang lainnya. Namun, keberhasilan suatu usaha dapat dilihat dari data subjektif ataupun objektif atas berbagai aspek, misalnya berdasarkan tingkat kedatangan pelanggan, pertumbuhan laba bersih, dan waktu yang dibutuhkan untuk mencapai titik impas usaha atau Break Even Point (BEP) (Nuritha *et al*, 2013).

Keberhasilan usaha merupakan suatu keadaan dimana usaha mengalami peningkatan dari hasil yang sebelumnya. Keberhasilan usaha merupakan tujuan utama dari sebuah perusahaan yang didirikan, dimana segala aktifitas yang ada didalamnya ditujukan untuk mencapai suatu keberhasilan. Menurut Faizal (2011), bahwa keberhasilan usaha pada hakikatnya adalah keberhasilan dari bisnis mencapai tujuannya, suatu bisnis dikatakan berhasil bila mendapat laba, karena laba adalah tujuan dari seseorang melakukan bisnis.

Menurut Algifari (2003), bahwa keberhasilan usaha dapat dilihat dari efisiensi proses produksi yang dikelompokkan berdasarkan efisiensi secara teknis dan efisiensi secara ekonomis. Sedangkan Riyanti (2003), mengemukakan bahwa keberhasilan usaha didefinisikan sebagai tingkat pencapaian hasil atau tujuan organisasi.

Berdasarkan beberapa pengertian tersebut, dapat diketahui bahwa definisi keberhasilan usaha adalah keberhasilan dari bisnis untuk

mencapai tujuannya yang dapat dilihat dari laba, karena laba adalah tujuan dari seseorang melakukan bisnis.

b. Indikator Keberhasilan usaha

Keberhasilan usaha diidentikkan dengan perkembangan perusahaan. Istilah itu diartikan sebagai suatu proses peningkatan kuantitas dari dimensi perusahaan. Perkembangan perusahaan adalah proses dalam pertambahan jumlah karyawan, peningkatan modal, dan lain-lain. Beberapa indikator dalam menentukan keberhasilan usaha menurut Faizal (2011) adalah sebagai berikut:

- 1) Laba/Profitability. Laba merupakan tujuan utama dari bisnis. Laba usaha adalah selisih antara pendapatan dengan biaya.
- 2) Produktivitas dan Efisiensi. Besar kecilnya produktivitas suatu usaha akan menentukan besar kecilnya produksi. Hal ini akan mempengaruhi besar kecilnya penjualan dan pada akhirnya menentukan besar kecilnya pendapatan, sehingga mempengaruhi besar kecilnya laba yang diperoleh.
- 3) Daya Saing. Daya saing adalah kemampuan atau ketangguhan dalam bersaing untuk merebut perhatian dan loyalitas konsumen.

Suatu bisnis dapat dikatakan berhasil, bila dapat mengalahkan pesaing atau paling tidak masih bisa bertahan menghadapi pesaing.

Sedangkan menurut Riyanti (2003), kriteria yang cukup signifikan untuk menentukan keberhasilan suatu usaha berskala mikro/kecil dapat dilihat dari:

- 1) Peningkatan dalam akumulasi modal
- 2) Peningkatan jumlah produksi
- 3) Peningkatan jumlah pelanggan

C. Hubungan Lokasi Usaha dengan Keberhasilan Usaha

Memilih lokasi usaha merupakan keputusan penting untuk bisnis yang harus membujuk pelanggan untuk datang ke tempat bisnis dalam pemenuhan kebutuhannya. Lokasi juga dapat menjadi pertimbangan dalam melakukan keputusan pembelian. Lokasi yang benar sangatlah diharapkan konsumen seperti mudah dijangkau, letaknya strategis, mudah transportasinya, dan dekat dengan jalan raya, sehingga lokasi itu akan mendukung faktor yang lain.

Menurut Tjiptono (2002) " Lokasi Usaha adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya. Pemilihan lokasi usaha tidak dapat dilakukan secara coba-coba, mengingat semakin ketatnya persaingan usaha serta banyaknya usaha yang sejenis. Pemilihan lokasi usaha yang tepat akan menentukan keberhasilan suatu usaha, karena lokasi usaha erat kaitannya dengan pasar potensial suatu perusahaan.

Lebih lanjut Tjiptono (2002), menyatakan pemilihan tempat atau lokasi fisik memerlukan pertimbangan cermat terhadap faktor-faktor lokasi meliputi

- 1) Akses, misalnya lokasi yang mudah dilalui atau mudah dijangkau karena transportasi umum.
- 2) Visibilitas, misalnya lokasi dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan.
- 3) Lalu lintas (traffic), menyangkut dua pertimbangan utama yaitu: Banyaknya orang yang lalu lalang bisa memberikan peluang besar

terhadap terjadinya impluse buying. Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa juga menjadi hambatan. 4) Tempat parkir yang luas dan aman. 5) Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan.

Menurut Sefaji et al (2018) tingkat aksesibilitas dapat diukur dengan ketersediaan transportasi dan dengan jarak pencapaian yang singkat. Selain faktor jarak, tingkat kemudahan pencapaian tujuan juga dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor lain, seperti factor waktu tempuh factor biaya atau ongkos perjalanan, faktor intensitas guna lahan, dan factor pendapatan orang yang melakukan perjalanan. Dengan adanya akses jalan yang mudah dilalui cenderung membuat para konsumen untuk berdatangan, hal ini yang mengakibatkan pendapatan usaha meningkat terhadap kesuksesan usaha.

Visibilitas, merupakan lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal. Visibilitas yaitu mudah dan dapat dilihat dengan jelas fisik bangunannya, sehingga tidak sukar dicarinya. Para konsumen akan menginap belanja pada sebuah usaha retail oleh pandangan pertama. Visibilitas menggambarkan lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal. Visibilitas juga bisa diartikan sebagai keadaan yang dapat dilihat dan diamati, hal ini agar memudahkan konsumen untuk mengetahui letak atau lokasi sebuah usaha yang didirikan. Khususnya visibilitas ini kemudahan untuk dilihat dari sisi jalan.

Ruang parkir yang dibutuhkan harus tersedia secara memadai. Semakin besar volume lalu-lintas yang beraktivitas baik yang meninggalkan atau menuju toko, maka semakin besar pula kebutuhan ruang parkir, bila tidak

cukup kendaraan tersebut akan mengambil parkir di tepi jalan, sehingga menyebabkan kesemrawutan (Chelviani dkk., 2017). Tempat parker merupakan fasilitas yang harus dipenuhi saat mendirikan suatu usaha, karena konsumen yang jarak rumahnya jauh dari grosir pastinya belanja akan mengendarai transportasi dan memerlukan lahan untuk memarkir kendaraannya. Menurut Tjiptono (2002) Penyediaan fasilitas yang memudahkan konsumen dalam melakukan suatu kegiatan dalam memenuhi kebutuhannya sehingga kebutuhan konsumen dapat terpenuhi selama berada di tempat tersebut. Sehingga fasilitas merupakan salah satu yang menjadi kebutuhan dan harapan dari pelanggan, baik itu bersifat fisik maupun psikologis untuk memberikan kenyamanan.

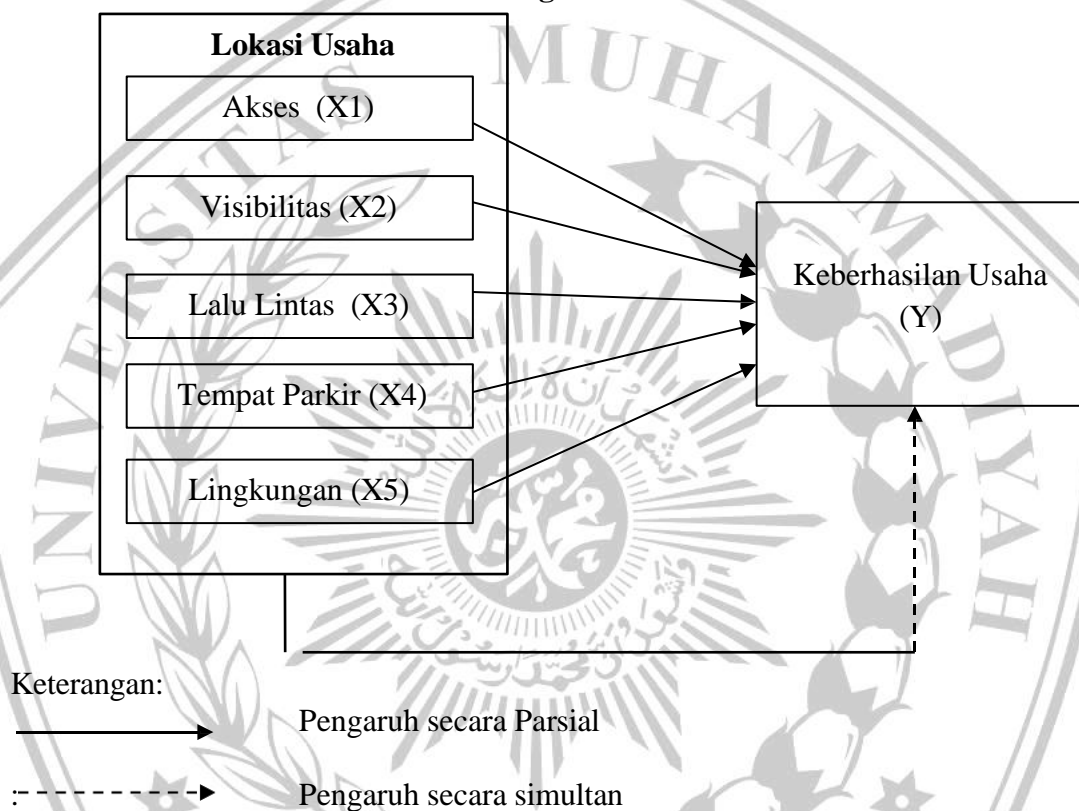
Lingkungan bisnis adalah bagian dari lingkungan internal dan lingkungan eksternal perusahaan yang berpengaruh terhadap rumusan strategi bisnis dalam rangka meningkatkan kinerja bisnis. Lingkungan bisnis mendorong terjadinya transformasi pada suatu bisnis Tidak ada formula yang sederhana yang dapat memastikan kesuksesan di lingkungan bisnis (Amir, 2016). Lingkungan bisnis yang dihadapi perusahaan perlu dianalisis, maksudnya adalah untuk mencoba mengidentifikasi peluang (opportunities) bisnis yang perlu dengan segera mendapat tanggapan dan perhatian eksekutif, Menurut Suryana (2017) bahwa lingkungan bisnis tidak bisa diabaikan begitu saja. Lingkungan bisnis dapat menjadi pendorong maupun penghambat jalannya perusahaan. Lingkungan ini dapat digunakan untuk menentukan kekuatan

(Strength) perusahaan, dan juga mengetahui kelemahan (Weakness) dari perusahaan.

D. Kerangka Konsep Penelitian

Berdasarkan landasan teori diatas maka dapatlah disusun suatu kerangka pemikiran sebagai dasar penentu hipotesis seperti gambar berikut:

Gambar 2. 1
Kerangka Pikir



E. Hipotesis

Berdasarkan kerangka pikir yang telah digambarkan, maka hipotesis yang diajukan pada penelitian ini sebagai berikut:

Hasil penelitian Hidayat dan Zuliarni (2013), Chelviani, Meitriana dan Haris (2017), yang menunjukkan Lokasi Usaha yang terdiri akses, visibilitas,

lalu lintas, tempat parkir dan lingkungan berpengaruh signifikan terhadap Volume penjualan . Berdasarkan uraian tersebut dapat dihipotesiskan yaitu

H₁ : Akses berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha kafe di Kota Malang.

Hasil penelitian Hidayat dan Zuliarni (2013), Chelviani, Meitriana dan Haris (2017), yang menunjukkan Lokasi Usaha yang terdiri akses, visibilitas, lalu lintas, tempat parkir dan lingkungan berpengaruh signifikan terhadap Volume penjualan . Berdasarkan uraian tersebut dapat dihipotesiskan yaitu

H₂ : Visibilitas berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha kafe di Kota Malang

Hasil penelitian Hidayat dan Zuliarni (2013), Chelviani, Meitriana dan Haris (2017), yang menunjukkan Lokasi Usaha yang terdiri akses, visibilitas, lalu lintas, tempat parkir dan lingkungan berpengaruh signifikan terhadap Volume penjualan . Berdasarkan uraian tersebut dapat dihipotesiskan yaitu

H₃ : Lalulintas berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha kafe di Kota Malang

Hasil penelitian Hidayat dan Zuliarni (2013), Chelviani, Meitriana dan Haris (2017), yang menunjukkan Lokasi Usaha yang terdiri akses, visibilitas, lalu lintas, tempat parkir dan lingkungan berpengaruh signifikan terhadap Volume penjualan . Berdasarkan uraian tersebut dapat dihipotesiskan yaitu

H₄ : Tempat Parkir berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha kafe di Kota Malang

Hasil penelitian Hidayat dan Zuliarni (2013), Chelviani, Meitriana dan Haris (2017), yang menunjukkan Lokasi Usaha yang terdiri akses, visibilitas, lalu lintas, tempat parkir dan lingkungan berpengaruh signifikan terhadap Volume penjualan . Berdasarkan uraian tersebut dapat dihipotesiskan yaitu

H₅ : Lingkungan berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha kafe di Kota Malang

Hasil penelitian Chelviani, Meitriana dan Haris (2017), yang menunjukkan Faktor yang paling dominan mempengaruhi pemilihan lokasi toko modern di Kecamatan Buleleng adalah faktor aksesibilitas... . Berdasarkan uraian tersebut dapat dihipotesiskan yaitu

H₆ : Akses berpengaruh dominan terhadap keberhasilan usaha kafe di Kota Malang

