

PEMILIHAN LOKASI USAHA PADA BISNIS CHICKEN TONG

Hendro Lijaya Macpal¹ dan Carolina Novi²

Fakultas Manajemen dan Bisnis Universitas Ciputra Surabaya
E-mail: hendrolijaya96@gmail.com

Abstract: *The selection of business location is important for Chicken Tong so it is a necessary consideration for Chicken Tong to select the business related to the its business location. The purpose of this study was to choose a suitable business location for Chickentong business. This research used qualitative explorative method. The data were collected by interviewing two expert sources who were businesspersons in the food industry for more than five years, two consumers of Chicken Tong competitors, and by observing two competitors of Chicken Tong. The results of this study indicated that there were several important factors that Chicken Tong had to consider related to the selection of restaurant locations, which are access, visibility, parking, expansion, environment, competitor location, and location history.*

Keywords: *Decision, Location, Restaurant, Selection.*

Abstrak: *Pemilihan lokasi usaha penting bagi Chicken Tong sehingga diperlukan pertimbangan yang matang bagi Chicken Tong terkait pemilihan lokasi usaha. Tujuan penelitian ini adalah ingin memilih lokasi usaha yang sesuai pada bisnis Chicken Tong. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif eksploratif. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara terhadap dua narasumber ahli yang merupakan pelaku bisnis dalam bidang makanan lebih dari lima tahun, dua konsumen pesaing Chicken Tong, dan dilakukan observasi terhadap dua pesaing Chicken Tong. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat beberapa faktor penting yang perlu dipertimbangkan Chicken Tong terkait dengan pemilihan lokasi restoran, yaitu akses, visibilitas, tempat parkir, ekspansi, lingkungan, lokasi pesaing, dan history lokasi.*

Kata kunci: *Keputusan, Lokasi, Pemilihan, Restoran.*

PENDAHULUAN

One Triumphant merupakan perusahaan yang bergerak dibidang *food and beverage* yang berdiri sejak tahun 2015. Perusahaan ini memiliki produk utama berupa ayam yang dipanggang menggunakan alat khusus menyerupai tong dengan merek Chicken Tong. Chicken Tong tidak hanya optimis karena pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat dan besarnya tingkat konsumsi ayam saja, tetapi juga peningkatan pertumbuhan ekonomi di kota Surabaya, khususnya di bidang restoran.

Sistem penjualan Chicken Tong hanya dilakukan secara *online* melalui sistem *preorder*. Kelebihan penjualan secara *online* pada bisnis Chicken Tong antara lain adalah biaya yang relatif murah, hanya diperlukan satu orang tenaga kerja, dan tidak memerlukan biaya sewa tempat yang mahal. Kelemahan dalam penjualan Chicken Tong adalah konsumen harus memesan minimal satu hari sebelumnya, hal tersebut diikuti dengan sarana pemasaran yang cukup terbatas, kualitas rasa produk yang dikirimkan tidak terjamin kualitasnya, terutama tidak dapat menjamin rasa tetap sama selayaknya *fresh from the oven*, dan yang terakhir ialah proses pengiriman yang relatif belum optimal.

Berdasarkan testimoni dari para konsumen, konsumen lebih puas menikmati produk Chicken Tong dalam kondisi yang lebih *fresh*. Konsumen menyarankan agar Chicken Tong membuka depot atau restoran. Hal ini terkait dengan kenyamanan konsumen ketika makan di tempat. Oleh karena itu Chicken Tong berencana untuk membuka restoran atau tempat makan agar konsumen dapat menikmati secara langsung produk dari Chicken Tong. Membuka restoran atau tempat makan tentunya dibutuhkan persiapan yang cukup matang. Terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan untuk membuka sebuah usaha restoran, salah satu faktor yang sangat penting ialah faktor lokasi.

Pemilihan lokasi yang tepat akan menjadi salah satu aspek penting dalam sebuah industri. Hal tersebut dilakukan untuk meningkatkan keuntungan perusahaan. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya,

Chicken Tong ingin mengembangkan usaha sehingga membutuhkan pemilihan lokasi yang sesuai, oleh karena itu peneliti ingin melakukan penelitian terkait lokasi yang dapat digunakan sebagai pertimbangan pemilihan lokasi usaha Chicken Tong.

LANDASAN TEORI

Lokasi

Buchari Alma (2014) mengemukakan bahwa lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya. Kotler dan Armstrong (2012:92) menyatakan bahwa *place*(tempat) atau lokasi, yaitu berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran. Lokasi atau tempat merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian kepada para pelanggan dan dimana lokasi yang strategis.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Lokasi

Menurut Tjiptono (2005; dalam Sakdiyah, 2016) pemilihan tempat atau lokasi fisik memerlukan pertimbangan cermat terhadap faktor-faktor berikut:

1. Akses
Ukuran kenyamanan atau kemudahan mengenai letak lokasi dimana lahan berinteraksi satu sama lain dan 'mudah' atau 'susah'nya lokasi tersebut dicapai melalui sistem jaringan transportasi. Misalnya lokasi yang dilalui atau mudah di jangkau sarana transfortasi umum.
2. Visibilitas
Lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal. Lokasi yang kurang visibilitasnya akan mempersulit konsumen untuk menemukan lokasi yang akan ia tujui, sehingga penting diperhatikan.
3. Lalu lintas (*traffic*)
Menyangkut dua pertimbangan utama:
 - a. Banyaknya orang yang lewat bisa memberikan peluang besar terhadap terjadinya *buying*, yaitu keputusan pembelian yang sering terjadi secara spontan, tanpa perencanaan, atau tanpa melalui usaha-usaha khusus.
 - b. Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa juga jadi hambatan.
4. Tempat parkir
Lahan parkir yang luas, nyaman, dan aman, baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat. Restoran yang memiliki tempat/lahan parkir kecil akan menyebabkan tempat parkir tersebut mudah penuh, hal tersebut akan berdampak pada konsumen, yaitu konsumen tidak bisa parkir di lokasi tujuan atau harus parkir ditempat yang agak jauh.
5. Ekspansi
Tersedianya tempat yang cukup luas, sehingga apabila ada perluasan bisnis di kemudian hari tidak perlu susah-susah mencari lokasi yang strategis lagi di tempat yang jauh, namun dapat langsung di area tersebut.
6. Lingkungan
Daerah sekitar yang mendukung produk yang ditawarkan. Lingkungan sekitar juga ada baiknya disesuaikan dengan target market. Sebagai contoh, restoran/rumah makan berdekatan dengan daerah pondokan, asrama, mahasiswa kampus, sekolah, perkantoran, dan sebagainya.
7. Lokasi pesaing
Perlu dipertimbangkan apakah di jalan/daerah yang sama terdapat restoran lainnnya sebelum menentukan lokasi restoran. Ada kalanya restoran membuka produk yang sama di lokasi yang berdekatan, namun dalam kondisi tersebut biasanya daerah tersebut merupakan daerah yang sangat ramai pengunjung, dan pemilik restoran pun siap bersaing.
8. Peraturan pemerintah
Peraturan pemerintah perlu diperhatikan sebelum menentukan lokasi bisnis. Misalnya ketentuan yang melarang rumah makan berlokasi terlalu berdekatan dengan pemukiman penduduk/tempat ibadah.

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dalam menentukan lokasi perusahaan harus mempertimbangkan berbagai aspek yang dapat mendukung aktivitas pemasaran dan operasional yang dilakukan perusahaan.

Pemilihan Lokasi

Levy dan Weitz (2007; dalam Afifudin, 2016) mengatakan bahwa pemilihan lokasi sangat penting dalam industri ini dikarenakan:

- a) Lokasi merupakan faktor utama yang menjadi pertimbangan konsumen dalam pemilihan toko atau penyedia jasa yang diinginkan
- b) Pemilihan lokasi merupakan hal yang penting karena faktor ini bisa digunakan untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang mapan
- c) Pemilihan lokasi sangat beresiko

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Menurut Sugiyono (2013), metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu cara ilmiah, data, tujuan dan kegunaan. Penelitian kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah.

Penelitian eksploratori menurut Kotler (2006), adalah penelitian yang bertujuan menghimpun informasi awal yang akan membantu upaya menetapkan masalah dan merumuskan hipotesis. Pendekatan eksploratori berupaya menemukan informasi umum mengenai sesuatu topik/masalah yang belum dipahami sepenuhnya oleh seorang peneliti. Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kualitatif eksploratori.

Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian menurut Moleong (2013:132) merupakan informan (informan biasanya disebut sebagai narasumber), yang memiliki arti sebagai orang yang akan memberikan informasi mengenai suatu kondisi atau situasi yang berkaitan dengan latar belakang penelitian. Narasumber yang akan digunakan sebagai subjek dalam penelitian ini ialah :

1. Konsumen
Konsumen yang mengunjungi lokasi pesaing bisnis Chicken Tong seperti Warung Roster dan Chicken Run. Narasumber yang akan diwawancarai oleh peneliti ialah 2 orang konsumen pesaing Chicken Tong, antara lain seorang konsumen Chicken Run dan seorang konsumen Warung Roster.
2. Narasumber ahli (*Expert*)
Narasumber yang memiliki usaha atau berpengalaman di bisnis makanan seperti pemilik restoran. Narasumber ahli/*expert* yang akan diwawancara oleh peneliti ialah pelaku bisnis dalam bidang makanan minimal lima tahun dan tujuannya adalah untuk mendapatkan informasi tentang pendapat narasumber mengenai lokasi usaha bisnis makanan yang sesuai. Praktisi bisnis makanan yang akan saya wawancarai ialah Pak Herman Josep, seorang *General Manager* Primarasa, Steak Hut, dan Asian King, dan Pak David, Seorang *Operational Manager* 3.6.9, Aburasoba Surabaya, dan Warung Kopi Batavia.

Menurut Sugiyono (2013), objek penelitian kualitatif bukan hanya pada situasi sosial, tetapi juga pada peristiwa alam, tumbuh-tumbuhan, binatang, kendaraan, dan sejenisnya. Objek penelitian pada penelitian ini adalah kondisi lokasi pada Chicken Run dan Warung Roster.

Metode Pengumpulan Data

Menurut Esterberg dalam Sugiyono (2013:231) wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Menurut Gunawan (2013: 163), aturan umum dalam wawancara kualitatif adalah tidak memaksakan agenda atau kerangka kerja pada informan, dan tujuan wawancara ini untuk mengikuti kemauan informan. Menurut Arikunto (Gunawan, 2013: 143), observasi merupakan suatu teknik pengumpulan data yang

dilakukan dengan cara mengadakan penelitian secara teliti, serta pencatatan secara sistematis.

Uji Keabsahan Data

Menurut Sugiyono (2013:172) validitas menunjukkan kepada sejauh mana suatu alat mampu mengukur suatu yang seharusnya diukur. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data dikumpulkan oleh peneliti. Pada penelitian ini uji validitas yang digunakan peneliti adalah *member check*. Menurut Sugiyono (2014:276), tujuan dilakukannya *member check* adalah untuk mengetahui sejauh mana data yang diperoleh peneliti dari narasumber. Data dikatakan valid apabila data yang diperoleh disepakati oleh narasumber sehingga data yang diperoleh tersebut semakin kredibel atau dapat dipercaya.

Menurut Azwar (2013) Reliabilitas menjelaskan sejauh mana suatu proses pengukuran dapat dipercaya. Suatu pengukuran dikatakan memiliki reliabilitas yang baik apabila dalam beberapa kali pengukuran terhadap kelompok subjek diperoleh hasil yang sama. Hasil dari pengukuran data yang diteliti memiliki kemungkinan adanya beberapa perbedaan yang kecil, namun jika perbedaannya cukup besar maka pengukuran tersebut dikatakan tidak reliabel.

Metode Analisis Data

Miles dan Huberman (Sugiyono, 2013: 246) mengemukakan bahwa aktivitas analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu reduksi data, *data display*/penyajian data, dan kesimpulan atau verifikasi.

Reduksi Data

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu perlu dicatat secara teliti dan rinci. Perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data karena datanya cukup banyak. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya

Data Display

Setelah dilakukan reduksi data, maka langkah selanjutnya adalah penyajian data. Penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart dan sejenisnya dalam penelitian kualitatif. Miles dan huberman (Sugiyono, 2013: 249) menyatakan bahwa yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah teks yang bersifat naratif.

Kesimpulan

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman (Sugiyono, 2013: 252) adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah peneliti berada di lapangan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Data

Buchari Alma (2014) mengemukakan bahwa lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya. Menentukan lokasi usaha yang strategis memerlukan beberapa pertimbangan, seperti faktor-faktor yang mempengaruhi lokasi tersebut. Peneliti ingin agar Chicken Tong tidak salah memilih lokasi pada saat memutuskan pemilihan lokasi nanti, sehingga hasil dari penelitian ini akan digunakan sebagai masukan terkait pemilihan lokasi. Berikut ini pembahasan dari data dan informasi yang telah didapatkan melalui observasi dan wawancara.

Akses

Hasil observasi menunjukkan bahwa akses lokasi yang mudah membuat konsumen lebih nyaman, namun lokasi yang terletak sekitar jalan utama biasanya cukup macet dan puncaknya pada jam pulang kerja. Hasil wawancara menyatakan bahwa setiap lokasi memiliki pasarnya tersendiri, lebih baik lokasi yang aksesnya banyak dilewati. Salah satu contohnya adalah mall, yang mana pada saat *weekend* jumlah pengunjung yang datang ke mall sangat tinggi sehingga memungkinkan banyak konsumen mampir ke restoran. Hal ini didukung oleh penelitian Muzayanah (2015), salah satu faktor yang menentukan apakah suatu lokasi menarik untuk dikunjungi atau tidak adalah tingkat aksesibilitas. Tingkat aksesibilitas adalah kemudahan untuk mencapai suatu lokasi ditinjau dari lokasi lain di sekitarnya. Oleh karena itu aspek terpenting yang perlu dipertimbangkan dari akses adalah kemudahan untuk menjangkau lokasi, dan ciri dari lokasi dengan akses yang baik biasanya banyak dilewati atau didatangi masyarakat.

Visibilitas

Lokasi yang kurang visibilitas akan susah terlihat oleh konsumen. Berdasarkan hasil observasi, lokasi yang terletak di lokasi dengan banyak pesaing dan berada di lajur kecepatan cukup tinggi membuat konsumen sulit untuk memperhatikan, namun visibilitas restoran juga didukung oleh tampilan depan restoran. Hal ini terkait dengan pemaparan yang diberikan Tjiptono (2005; dalam Sakdiyah, 2016), bahwa lokasi atau tempat yang visibilitasnya baik dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal, dan kurang visibilitasnya akan mempersulit konsumen untuk menemukan lokasi yang akan dituju, sehingga penting diperhatikan. Hasil wawancara dengan Pak David mendukung pernyataan di atas, dimana visibilitas dapat didukung dengan memilih jalan utama dan dipengaruhi tampilan restoran, maka hal penting terkait visibilitas yang perlu diperhatikan Chicken Tong adalah seberapa mudah lokasi tersebut terlihat oleh konsumen.

Tempat Parkir

Tempat adalah fasilitas yang wajib dimiliki restoran, sehingga lokasi yang ditentukan harus memiliki tempat parkir, antara milik pribadi atau pihak lain. Hasil observasi menyatakan bahwa tempat mempengaruhi kenyamanan konsumen, tidak hanya ukuran tempat parkir, namun juga keamanan di area parkir. Terkait dengan jurnal Sakdiyah (2016), pertimbangan mengenai tempat parkir ialah luas, nyaman, dan aman. Hal tersebut didukung oleh hasil wawancara dengan narasumber ahli, bahwa tidak adanya tempat parkir yang memadai membuat konsumen malas datang dan restoran tidak dapat berkembang. Bagi peneliti tempat parkir menjadi aspek yang sangat penting terkait masa depan restoran dan kenyamanan konsumen.

Ekspansi

Ekspansi merupakan perluasan usaha, saat melakukan ekspansi tentunya perlu menentukan lokasi atau sudah mempersiapkan lahan sekitar untuk ekspansi. Hasil wawancara dengan narasumber menyatakan bahwa perlu mempertimbangkan jarak saat melakukan ekspansi bisnis. Perluasan lokasi dapat dilakukan langsung apabila lahan disekitar lokasi yang masih digunakan sudah disiapkan atau di jual oleh pemiliknya. Terkait dengan jurnal oleh Rizky (2016), yaitu faktor ekspansi adalah tersedianya perluasan usaha dikemudian hari. Penting bagi Chicken Tong untuk melakukan perencanaan jangka panjang terkait ekspansi bisnis, sehingga ekspansi bisnis di kemudian hari dapat berjalan lancar.

Lingkungan

Lingkungan sekitar akan mempengaruhi lokasi sebuah restoran, lingkungan dengan market yang sesuai akan lebih baik bagi sebuah restoran. Hasil wawancara dengan narasumber menyatakan bahwa memilih lokasi yang sesuai dengan market akan mempermudah sebuah restoran untuk menjangkau marketnya. Aktivitas di sekitar pun sangat penting, terdapat beberapa lokasi yang aktivitas pada siang hari tinggi sehingga kondisinya ramai, namun pada malam hari tidak ada aktivitas sehingga sangat sepi. Menurut Tjiptono (2005; dalam Sakdiyah, 2016), daerah sekitar harus mendukung produk yang ditawarkan dan disesuaikan dengan target market. Lingkungan sangat penting sehingga Chicken Tong pasti memilih lingkungan yang sesuai dengan marketnya.

Lokasi Pesaing

Lokasi pesaing memiliki kelebihan dan kekurangan, dari hasil observasi peneliti melihat bahwa lokasi restoran dengan banyak pesaing di sekitar tidak masalah, terutama tidak ada pesaing yang menjual jenis produk sama. Hal tersebut didukung oleh hasil wawancara dengan narasumber, bahwa semakin banyak pesaing di sekitar semakin bagus asalkan pemilik restoran siap bersaing. Terkait dengan pernyataan dari Tjiptono (2005; dalam Sakdiyah, 2016), bahwa perlu dipertimbangkan apakah di jalan/daerah yang sama terdapat restoran lainnya sebelum menentukan lokasi restoran. Ada kalanya restoran menjual produk yang sama di lokasi yang berdekatan, namun dalam kondisi tersebut biasanya daerah tersebut merupakan daerah yang sangat ramai pengunjung, dan pemilik restoran pun siap bersaing.

History Lokasi

History lokasi merupakan pengalaman-pengalaman yang terjadi di suatu lokasi. Hasil wawancara dengan narasumber menyatakan pentingnya mempelajari *history* lokasi untuk menilai prospeknya restoran di lokasi yang diteliti. Pada lokasi yang tidak berkembang, usaha restoran di lokasi tersebut pun akan susah berkembang. Bagi peneliti, *history* lokasi sangat berguna untuk dilakukan sebelum menentukan lokasi usaha yang akan dipilih.

KESIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam pemilihan lokasi usaha Chicken Tong. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi lokasi, sehingga pertimbangan terkait pemilihan lokasi usaha pada Chicken Tong adalah sebagai berikut.

1. Akses, kemudahan untuk menjangkau lokasi adalah akses yang bagus, ciri-cirinya biasanya banyak dilewati atau dikunjungi masyarakat.
2. Visibilitas, lokasi dengan visibilitas yang baik tentunya akan mudah dilihat oleh konsumen, namun hal tersebut juga harus didukung dengan tampilan *layout* restoran.
3. Tempat parkir, fasilitas tempat parkir sangat penting terkait kenyamanan konsumen, milik pribadi atau pihak lain bukan masalah. Yang terpenting adalah luas, nyaman, dan aman. Tidak adanya tempat parkir akan membuat konsumen malas datang ke lokasi, sehingga restoran pun tidak bisa berkembang.
4. Ekspansi, perluasan area usaha dapat dilakukan apabila memiliki lahan yang belum terpakai, atau pun membeli lahan di tempat lain. Hal yang harus dipertimbangkan ialah jarak antar *outlet*, dan kepadatan *customer* di lokasi restoran. Percuma membuka cabang dengan jarak yang dekat apabila konsumen di lokasi yang satu masih sedikit.
5. Lingkungan, memilih lokasi dengan lingkungan sekitar yang sesuai dengan market perusahaan akan menjadi keuntungan bagi perusahaan. Aktivitas sekitar juga perlu di pertimbangkan, karena terdapat beberapa lokasi yang aktivitasnya tinggi di siang hari saja, namun malam hari sangat sepi.
6. Lokasi pesaing, banyaknya pesaing di sekitar lokasi restoran akan lebih baik, asalkan pemilik restoran sudah siap bersaing. Biasanya lokasi yang banyak pesaing restoran di sekitarnya sudah dikenal sebagai daerah tempat makan sehingga konsumen mudah mengingat. Bukan berarti lokasi tanpa pesaing bukan lokasi yang bagus, asalkan market yang sesuai ada, lokasi tersebut bisa menjadi lokasi yang propek.
7. *History* lokasi, mempelajari pengalaman restoran-restoran di suatu lokasi dapat menjadi pertimbangan dan penilaian seberapa prospek lokasi tersebut.

Keterbatasan dan Saran

Keterbatasan penelitian ini adalah informasi yang didapat pada lokasi pesaing, dimana penilaian hanya berdasarkan persepsi logika pribadi dan pendapat seorang konsumen, sehingga persepsi dari pihak lain belum tentu sama.

Saran bagi penelitian selanjutnya adalah penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan untuk penelitian lebih lanjut yang terkait dengan lokasi usaha, khususnya restoran. Terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi lokasi selain faktor yang diteliti pada penelitian ini, misalnya kemungkinan yang terjadi di

suatu lokasi di kemudian hari yang mempengaruhi lokasi usaha, seperti pembangunan mall, *apartment*, sekolah, dll. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian terkait dengan faktor lain tersebut

DAFTAR PUSTAKA

- Afifudin. (2016). Pengaruh Lokasi, Promosi dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Wisata Bahari Lamongan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 5 No 12.
- Alma, Buchari. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Gunawan, Iman. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif : Teori dan Pratik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2012). *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, Philip. (2006). *Manajemen Pemasaran Edisi 11*. Jakarta: PT. Indeks
- Moleong, L. J. (2013) *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Muzayanah. (2015). Terapan Teori Lokasi Industri (Contoh Kasus Pengembangan Kawasan Industri Kragilan Kabupaten Serang). *Jurnal Geografi*, Vol. 13 No. 2, pp. 135
- Sakdiyah, H. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan Labatu SPA Batam. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* , 5.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2014)
- Azwar. (2013)
- Rizky. (2016)