

**PENGARUH LOKASI USAHA, MODAL USAHA DAN
STRATEGI PEMASARAN TERHADAP KEBERHASILAN
USAHA BARBERSHOP DI PALEMBANG**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat – Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi**



Diajukan Oleh :

SURAJI

NPM : 18.01.11.0118

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TRIDINANTI
PALEMBANG**

2022

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI
PALEMBANG

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Suraji
Nomor Pokok/NPM : 1801110118
Jurusan/Prog.Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata 1
Mata Kuliah Pokok : Kewirausahaan
Judul Skripsi : Pengaruh Lokasi Usaha, Modal Usaha dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha Barbershop di Palembang

Pembimbing Skripsi :

Tanggal, ^{11/10} - 2022 Pembimbing I :

Dr. Sari Sakarina, SE., M.M
NIDN : 0214038501

Tanggal, ^{11/10} - 2022 Pembimbing II :

Hasyunah, SE., MM
NIDN : 0207126011

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi,
Tanggal, ^{11/10} - 2022

Ka. Prodi Manajemen,
Tanggal, ^{11/10} - 2022



Dr. Msy. Mikial, SE, M.Si, Ak, CA, CSRS
NIDN : 0205026401



Mariyam Zanariah, SE, MM
NIDN : 0222096301

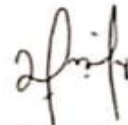
UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI
PALEMBANG

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

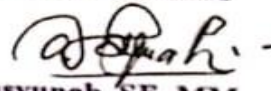
Nama : Suraji
Nomor Pokok/NPM : 1801110118
Jurusan/Prog.Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata 1
Mata Kuliah Pokok : Kewirausahaan
Judul Skripsi : Pengaruh Lokasi Usaha, Modal Usaha dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha Barbershop di Palembang

Pembimbing Skripsi :

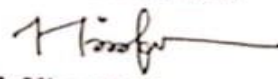
Tanggal, 11/10 - 2022 Ketua Penguji :


Dr. Sari Sakarina, SE., M.M
NIDN : 0214038501

Tanggal, 11/10 - 2022 Penguji I :


Hasyunah, SE., MM
NIDN : 0207126011

Tanggal, 11 oktober 2022 Penguji II :



Hi. Nina Fitriana, SE., M.Si
NIDN : 0012116501

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi,


Tanggal, 11/10 - 2022




Dr. Msy. Mikial, SE., M.Si, Ak., CA., CSRS
NIDN : 0205026401



Ka. Prodi Manajemen,
Tanggal, 11/10 - 2022


Mariyam Zanariah, SE., MM
NIDN : 0222096301

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

Bahwa tiada yang orang dapatkan, kecuali yang ia usahakan, Dan bahwa usahanya akan kelihatan nantinya. (Q.S. An Najmayat 39-40).

Jangan terlalu memikirkan masa lalu karena telah pergi dan selesai, dan jangan terlalu memikirkan masa depan hingga dia datang sendiri. Karena jika melakukan yang terbaik dihari ini maka hari esok akan lebih baik.

Persembahan

Setiap goresan tinta ini adalah wujud dari keagungan dan kasih sayang yang diberikan Allah SWT kepada umatnya.

Setiap detik waktu menyelesaikan karya tulisan merupakan hasil getaran doa kedua orang tua, saudara, dan orang-orang terkasih yang mengalir tiadahenti.

Setiap pancaran semangat dalam penulisan ini merupakan dorongan dan dukungan dari sahabat-sahabatku tercinta.

Setiap makna pokok bahasan pada bab-bab dalam skripsi ini merupakan hampasan kritik dan saran dari teman-teman almamaterku.

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : SURAJI
Nomor Pokok : 1801110118
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Kewirausahaan

Menyatakan bahwa skripsi ini di tulis dengan sungguh – sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dengan segala konsekuensinya.

Palembang, 26 September 2022

Penulis



Suraji

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, atas berkat dan rahmat-nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH LOKASI USAHA, MODAL USAHA DAN STRATEGI PEMASARAN TERHADAP KEBERHASILAN USAHA BARBERSHOP DI PALEMBANG”** dalam rangka memenuhi persyaratan untuk menyelesaikan Program Sarjana pada Fakultas Ekonomi, Program Studi Manajemen Universitas Tridianti Palembang.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyajian tidak lain disebabkan oleh keterbatasannya kemampuan dan pengetahuan penulis. Namun dengan adanya bantuan bimbingan, petunjuk dan nasehat-nasehat dari semua pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung akhirnya, skripsi ini dapat terselesaikan sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan. Selain itu, penulis mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada :

1. Ibu Dr. Ir. Hj. Manisah, M.P selaku Rektor Universitas Tridianti Palembang.
2. Ibu Dr, Msy. Mikial, SE, M.Si, Ak.CA, CS.RS selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tridianti Palembang.
3. Ibu Dr. M. Ima Andriyani, SE. M.Si selaku wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Tridianti Palembang.
4. Ibu Mariyam Zanariah, SE, MM selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tridianti Palembang.
5. Ibu Dr. Sari Sakarina, SE., M.M_.Si selaku Dosen Pembimbing Utama yang Telah memberikan bimbingan, pengarahan dan saran dalam penulisan skripsi ini.
6. Ibu Hasyuinah, SE., MM selaku Dosen Pembimbing Anggota yang Telah memberikan bimbingan, pengarahan dan saran dalam penulisan skripsi ini.

7. Seluruh Bapak/Ibu Dosen dan Staf Fakultas Ekonomi Universitas Tridianti Palembang yang telah memberikan bekal ilmu selama belajar.
8. Seluruh pelaku usaha babershop di Kota Palembang selaku obyek penelitian yang telah bersedia membantu dalam pemberian data untuk penelitian skripsi.
9. Kedua orang tua dan kakak saya yang telah senantiasa mendukung secara moril maupun finansial serta mendoakan dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Seluruh teman-teman seperjuangan mahasiswa fakultas ekonomi manajemen angkatan 2018 yang bersedia membantu dan memberi dukungan bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi.

Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunia-nya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Skripsi Ini.

Palembang, 26 September 2022

suraji

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 KajianTeoristis.....	7
2.2.1 Pengertian Kewirausahaan.....	7
2.2.2 Pengertian Lokasi Usaha.....	7
2.2.2.1 Penentuan Lokasi	8
2.2.2.2 Faktor Yang Mempengaruhi Daya Tarik Lokasi	9
2.2.2.3 Tipe Lokasi Usaha	10
2.2.2.4 Indikator dan Simensi Lokasi Usaha.....	11
2.3.1 Modal Usaha	11

2.3.3.1	Pengertian Modal Usaha	11
2.3.3.2	Sumber – Sumber Modal Usaha	13
2.3.3.3	Indikator dan Dimensi Modal Usaha	15
2.4.1	Streategi Pemasaran.....	16
2.4.4.1	Pengertian Strategi Pemasaran	16
2.4.4.2	Fungsi Strategi Pemasaran	17
2.4.4.3	Konsep Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	18
2.4.4.4	Unsur – Unsur Strategi Pemasaran	20
2.4.4.5	Indikator dan Dimensi Strategi Pemasaran	30
2.5.1	Keberhasilan Usaha	31
2.5.5.1	Pengertian Pengertian Keberhasilan Usaha.....	31
2.5.5.2	Faktor-Faktor Keberhasilan Usaha	31
2.5.5.3	Proses Pencapaian Keberhasilan Usaha	35
2.5.5.4	Dimensi dan Indikator Keberhasilan Usaha	37
2.6.1	Penelitian Relevan	38
2.7.1	Kerangka Berpikir	40
2.8.1	Hipotesis	41

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Tempat dan Waktu Penelitian.....	43
3.1.1	Tempat Penelitian	43
3.2.2	Jadwal dan Waktu Penelitian	43
3.2	Sumber dan Teknik Pengumpulan data.....	44
3.2.1	Sumber Data.....	44
3.2.1.1	Data Primer	44
3.2.1.2	Data Sekunder	45
3.2.2	Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.3	Populasi, Sampel dan Sampling	46

3.3.1	Populasi.....	46
3.3.2	Sampel	46
3.3.3	Sampling	47
3.4	Rancangan Penelitian.....	47
3.5	Variable dan Definisi Oprasional.....	48
3.5.1	Variable.....	48
3.5.2	Definisi Operasional Variable	48
3.6	Instrumen Penelitian	53
3.7	Uji Validitas.....	54
3.8	Uji Reliabilitas	55
3.9	Teknik Analisis Data.....	55
3.9.1	Analisis Statistik Deskriptif	55
3.9.2	Analisis Statistik Inferensial	56
3.9.2.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	56
3.9.2.2	Analisis Koefisien Korelasi.....	56
3.9.2.3	Analisis Koefisien Determinasi.....	57
3.10	Uji Hipotesis.....	58
3.10.1	Uji Simultan (Uji F).....	58
3.10.2	Uji Parsial (Uji T).....	58
3.11	Sistematika Penulisan.....	60
3.12	Langkah dan Jadwal Kerja	60
3.12.1	Langkah Kerja	60
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Hasil Penelitian.....	63
4.1.1	Sejarah Singkat Babershop	63
4.2	Pembahasan Hasil Penelitian.....	64
4.2.1	Karakteristik Responden.....	64
4.2.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	65
4.2.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin... ..	65

4.2.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	66
4.3	Uji Instrumen Penelitian	66
4.3.1	Uji Validitas.....	66
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	70
4.3.3	Analisis Statistik Deskriptif	71
4.3.4	Analisis Statistik Inferensial	79
4.3.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda	79
4.3.4.2	Analisis Koefisien Korelasi	80
4.3.4.3	Analisis Koefisien Determinansi.....	81
4.3.5	Uji Hipotesis Statistik	82
4.3.5.1	Uji Simulta (Uji – F)	82
4.3.5.2	Parsial (Uji - t)	83
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan.....	85
5.2	Saran.....	87
DATAR PUSTAKA		88
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

	Halaman
2.1 Unsur – Unsur Poko Dalam Strategi Pemasaran	17
2.2 Penelitian Relevan	38
3.1 Kegiatan penelitian	43
3.2 Variable dan Definisi Oprasional.....	49
3.3 Skala Likert.....	53
3.4 Interpretasi Nilai	57
4.1 Jumlah Berdasarkan Usia	66
4.2 Jumlah Berdasarkan Jenis Kelamin	65
4.3 Jumlah Berdasarkan Pendidikan.....	66
4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi usaha (X_1).....	67
4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Modal Usaha (X_2)	68
4.6 Hasil Uji Validitas Variable Strategi Usaha (X_3).....	69
4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Keberhasilan Usaha (Y).....	70
4.8 Hasil Uji Reliabilitas	71
4.9 Frekuensi Distribusi Variabel	72
4.10 Distribusi Frekuensi Data Variabel Lokasi Usaha	73
4.11 Distribusi Frekuensi Data Variabel Modal Usaha.....	73
4.12 Distribusi Frekuensi Data Variabel Strategi Pemasaran	75
4.13 Distribusi Frekuensi Data Variabel Keberhasilan Usaha	76
4.14 Hasil Koefisien Regresi Linier Berganda.....	77
4.15 Hasil Analisis Korelasi <i>Product Moment</i>	78
4.16 Hasil Analisis Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinansi	79
4.17 Hasil Uji – F (Simultan)	80
4.18 Hasil Uji – t (Parsial).....	81

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Skema Kerangka Berpikir	41
4.1 Struktur Organisasi	64
4.2 Histogram Variabel Lokasi Usaha	74
4.3 Histogram Variabel Modal Usaha	75
4.4 Histogram Variabel Strategi Pemasaran.....	77
4.5 Histogram Variabel Keberhasilan Usaha	78

ABSTRAK

SURAJI, PENGARUH LOKASI USAHA, MODAL USAHA DAN STRATEGI PEMASARAN TERHADAP KEBERHASILAN USAHA BARBERSHOP DI PALEMBANG. (Dibawah Bimbingan Ibu Dr. Sari Sakarina, SE., M.M dan Ibu Hasyunah, SE.,MM)

Penelitian ini dilakukan adalah untuk mengetahui Pengaruh Lokasi Usaha, Modal Usaha Dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha Barbershop Di Palembang. Penentuan sampel menggunakan metode sensus, yaitu berjumlah 30 orang responden pada seluruh pelaku usaha babershop di Palembang. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner, serta teknik analisis data menggunakan metode analisis Regresi linier Berganda.

Hasul Penelitian, Pengaruh Lokasi Usaha, Modal Usaha Dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha Barbershop Di Palembang, dimana perhitungan dilakukan dengan bantuan SPSS versi 17.0 diperoleh dari hasil analisis regresi linier berganda yaitu $Y = 10,481 + 0,338X_1 + 0,31X_2 + 0,403X_3$ diketahui bahwa Lokasi Usaha, Modal Usaha Dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha Barbershop Di Palembang diperoleh nilai sebesar 0,304 atau 30,4% dengan sisa 0,696 atau 69,6% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti antara lain dalam penelitian ini seperti orientasi usaha, inovasi dan keunggulan bersaing.

Kata Kunci : Lokasi Usaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran dan Keberhasilan Usaha

ABSTRAC

SURAJI, THE INFLUENCE OF BUSINESS LOCATION, BUSINESS CAPITAL AND MARKETING STRATEGY ON THE SUCCESS OF BARBERSHOP BUSINESS IN PALEMBANG. (Under the Guidance of Dr. Sari Sakarina, SE., M.M and Mrs. Hasyunah, SE., MM)

This research was conducted to determine the Influence of Business Location, Business Capital and Marketing Strategy on the Success of Barbershop Business in Palembang. The determination of the sample used the census method, which amounted to 30 respondents to all babershop business actors in Palembang. The data collection method uses questionnaires, as well as data analysis techniques using the multiple linear regression analysis method.

Hasul Research, The Effect of Business Location, Business Capital and Marketing Strategy on the Success of Barbershop Business in Palembang, where the calculation is carried out with the help of SPSS version 17.0 obtained from the results of multiple linear regression analysis, namely $Y = 10.481 + 0.338X_1 + 0.31X_2 + 0.403X_3$ it is known that Business Location, Business Capital and Marketing Strategy on the Success of Barbershop Business in Palembang obtained a value of 0.304 or 30.4% with the remaining 0.696 or 69.6% while the rest was influenced by other factors that were not studied, including in this study such as business orientation, innovation and competitive advantage.

Kata Kunci : BUSINESS LOCATION, BUSINESS CAPITAL, MARKETING STRATEGY AND SUCCESS BUSINESS

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

SURAJI, lahir di Kota Karang pada tanggal 10 April 1999, dari pasangan Bapak Muhidin dan Ibu Surtini. Anak Pertama dari Dua Bersaudara.

Sekolah Dasar pada tahun 2011 di SDN 02 Fajar Baru Mesuji Lampung, Sekolah Menengah Pertama diselesaikan pada tahun 2014 di SMPN 02 Panca Jaya Mesuji Lampung, selanjutnya menyelesaikan Sekolah Menengah Kejuruan pada tahun 2017 di SMK Mardi Wacana Palembang, dan memasuki Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen di Universitas Tridinanti Palembang.

Palembang, 26 September 2022

Suraji

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era saat ini, persaingan semakin kompetitif dalam segala bidang baik teknologi maupun manufaktur untuk itu perusahaan dituntut untuk bekerja secara efisien dan efektif serta mampu mempertahankan keunggulan-keunggulan kompetitifnya. Keunggulan kompetitif yang dimaksud dalam perusahaan adalah kinerja karyawan, pelayanan terhadap konsumen, serta kualitas produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan tersebut. Bukan hanya persaingan dalam bidang teknologi atau manufaktur yang sangat ketat, melainkan adanya persaingan di bidang kuliner atau makanan yang sangat ketat persaingannya terutama di Indonesia saat ini. Berbagai macam jenis masakan dan makanan yang ditawarkan oleh produsen untuk menarik minat para konsumen untuk mencoba hasil buatan dari mereka, baik makanan ringan ataupun makanan berat (nasi, sayuran, dll).

Di Indonesia sendiri faktor yang dapat mempengaruhi suatu usaha bisnis itu maju atau berhasil adalah seorang wirausaha. Dimana seorang wirausaha harus menunjukkan peran yang sesuai untuk kemajuan bisnis usaha untuk menghasilkan suatu produk yang akan di perkenalkan atau di tawarkan ke masyarakat, apakah produk yang mereka tawarkan dapat diterima dan disukai oleh konsumen atau sebaliknya. Sehingga peran dari kewirausahaan dalam memajukan suatu usaha sangat berpengaruh. Kesuksesan suatu usaha tidak tergantung besar atau kecilnya suatu usaha, tetapi lebih ke arah bagaimana cara mengelolanya serta pelaku usaha

harus pandai melihat peluang usaha yang ada di sekitarnya. Keberhasilan yang diraih tidak begitu saja didapatkan tetapi harus melalui beberapa tahapan yang akan di jalankan oleh seorang wirausaha mereka harus memiliki ide dan visi yang membangun untuk bisnis mereka 2 kedepannya serta berani untuk mengambil risiko yang akan dihadapi dikemudian harinya. Langkah selanjutnya yaitu dengan cara pembuatan perencanaan usaha dan pengorganisasian dan menjalankannya.

Dari peran yang dimiliki oleh wirausaha untuk memajukan suatu bisnis usaha haruslah memiliki motivasi yang kuat karena merupakan pondasi awal untuk membangun suatu bisnis agar dikemudian hari dapat meraih kesuksesan. Selain adanya motivasi perlunya pendidikan yang memadai karena kita tau di era saat ini pendidikan merupakan hal yang sangat penting dalam menjalankan bisnis usaha. Seorang wirausaha juga setidaknya harus memiliki pengalaman yang menjadi sebuah tolak ukur yang dimana pengalaman itu menjadikan seorang wirausaha lebih mengerti dan memahami dunia bisnis yang akan digelutinya. salah hal yang perlu diperhatikan pula adalah usia, usia merupakan kesanggupan seseorang untuk bisa melakukan suatu hal yang diinginkannya. Apabila usia wirausaha masih muda akan sangat gampang untuk melakukan sesuatu dengan fisik yang dimilikinya, tapi apabila usia wirausaha sudah masuk dalam golongan tua akan semakin sulit karena pengaruh dari fisik yang akan mempengaruhi wirausaha tersebut. Lingkungan juga sangat perlu untuk menunjang keberhasilan wirausaha, misalnya saja adanya dorongan yang positif dari keluarga, teman dan lingkungan sekitarnya.

Menurut (Suryana,2014). Keberhasilan usaha pada hakikatnya adalah keberhasilan dari bisnis mencapai tujuannya, suatu bisnis dikatakan berhasil apabila mendapat laba, karena laba adalah tujuan dari orang melakukan bisnis.

Menurut (Erliah, 2007:49) dalam jurnal Suarmawan, Kadek Agus (2015). Suatu usaha dikatakan berhasil apabila setelah jangka waktu tertentu usahanya mengalami peningkatan baik dalam permodalan, skala usaha, hasil atau laba, jenis usaha atau pengelolaan. Dapat penulis simpulkan bahwa kesuksesan usaha yaitu keberhasilan yang mendapatkan laba dengan waktu yang telah ditetapkan oleh perusahaan untuk mencapai tujuannya dalam meningkatkan perusahaan maupun pengelolaannya.

Lokasi yang memiliki kriteria yang sesuai dengan harapan pelanggan adalah lokasi yang dapat menjawab sejauh mana sebuah jasa mampu bereaksi terhadap situasi perekonomian. Lokasi yang menarik bagi konsumen adalah lokasi yang paling strategis menyenangkan dan efisien (Suryana, 2017;209).

Lokasi merupakan salah satu elemen yang terkandung dalam *retail mix*. Dalam bisnis retail, lokasi merupakan elemen penting dalam membangun strategi bisnis sejak lama.

Pengertian modal usaha menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia dalam Listyawan Ardi Nugraha (2016:9) “modal usaha adalah uang yang dipakai sebagai pokok (induk) untuk berdagang, melepas uang, dan sebagainya; harta benda (uang, barang, dan sebagainya) yang dapat dipergunakan untuk menghasilkan sesuatu yang menambah kekayaan”. Modal dalam pengertian ini dapat diinterpretasikan sebagai sejumlah uang yang digunakan dalam menjalankan

kegiatan-kegiatan bisnis. Banyak kalangan yang memandang bahwa modal uang bukanlah segala-galanya dalam sebuah bisnis.

Menurut Assauri (2014:168), “strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta aloksinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah”.

Jaringan usaha menurut (Kotler dan Amstrong, 2018:41) yang dikutip oleh Lestari, dkk (2015) adalah pelibatan unit usaha lain dalam kegiatan usaha yang dilakukan oleh produsen, baik dalam kegiatan produksi maupun pemasaran produk dan jasa.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk mempelajari dan meneliti tentang lokasi usaha, modal usaha, strategi pemasaran dan keberhasilan usaha. Sehingga dalam proposal ini penulis mengambil judul **“PENGARUH LOKASI USAHA, MODAL USAHA DAN STRATEGI PEMASARAN TERHADAP KEBERHASILAN USAHA BARBERSHOP DI PALEMBANG”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan sebelumnya, maka dapat dirumuskan permasalahan yang menjadi inti pembahasan dalam penelitian ini yaitu :

1. Apakah terdapat pengaruh lokasi usaha, modal usaha dan strategi pemasaran secara simultan terhadap keberhasilan usaha barbershop di Palembang ?
2. Apakah terdapat pengaruh lokasi usaha secara parsial terhadap keberhasilan usaha barbershop di Palembang ?
3. Apakah terdapat pengaruh modal usaha secara parsial terhadap keberhasilan usaha barbershop di Palembang ?
4. Apakah terdapat strategi pemasaran terhadap keberhasilan usaha barbershop di Palembang ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin diketahui dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Untuk mengetahui dan membuktikan pengaruh lokasi usaha, modal usaha dan strategi pemasaran secara simultan terhadap keberhasilan usaha barbershop di Palembang.
2. Untuk mengetahui dan membuktikan pengaruh lokasi usah secara parsial terhadap keberhasilan usaha barbershop di Palembang.
3. Mengetahui dan membuktikan pengaruh modal usaha secara parsial terhadap keberhasilan usaha barbershop di Palembang.
4. Untuk mengetahui dan membuktikan pengaruh strategi pemasaran secara parsial terhadap keberhasilan usaha barbershop di Palembang.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang ingin dicapai adalah :

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan agar dapat memberikan wawasan baru serta pengetahuan mengenai Pengaruh lokasi usaha, modal usaha dan strategi pemasaran terhadap keberhasilan usaha barbershop di Palembang.

2. Bagi Pelaku usaha

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bermanfaat bagi para pelaku usaha untuk mencapai keberhasilan usaha yang maksimal melalui lokasi usaha, modal usaha dan strategi pemasaran.

3. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan acuan bagi peneliti selanjutnya dalam melaksanakan penelitian mengenai bagaimana pengaruh lokasi usaha, modal usaha dan strategi pemasaran terhadap keberhasilan usaha barbershop di Palembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Amin Wahyudi, "Pengaruh modal usaha, orientasi pasar, dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja ukm kota makassar." *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi* 5.1 (2018): 95-112.
- Anwar, M. *Pengaruh Lokasi Usaha, Modal Usaha Dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kuliner Di Kota Jambi*. Diss. UIN Sulthan Thaha Saifuddin, 2019.
- Ardi Nugroho, Listyawan. "Pengaruh pemilihan lokasi terhadap kesuksesan usaha berskala mikro/kecil di komplek shopping centre Jepara." *Media Ekonomi Dan Manajemen* 30.1 (2016).
- Assauri Sofjan. "Pengaruh Modal Kerja, Lama Usaha, Jam Kerja dan Lokasi Usaha terhadap Pendapatan Monza di Pasar Simalingkar Medan." *Jurnal Visioner & Strategis* 6.2 (2017).
- Basu Swastha, "Pengaruh modal usaha dan penjualan terhadap laba usaha pada perusahaan penggilingan padi UD. Sari Tani Tenggerejo Kedungpring Lamongan." *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Akuntansi (JPENSI)* 1.2 (2016): 8-Halaman.
- Basu Swastha & Irawan. 2016, *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi ke 2. Yogyakarta. Liberty
- Cristina Widya Utami, 2015. *Manajemen Barang Dagangan dalam Bisnis Ritel*. Publishing Bayumedia, Malang
- Chistina Whidya Utami, 2017. *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern*, Jakarta: Salemba Empat.
- Drucker, P. DEWI, Mirnawati, et al. *Pengaruh Lokasi Usaha, Modal Usaha Dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil*

- Menengah (UMKM) Kuliner Di Kota Jambi*. 2019. PhD Thesis. UIN Sulthan Thaha Saifuddin
- Erliah. 2007. *Pengaruh Persaingan, Promosi dan Keunikan Produk Terhadap Keberhasilan Usaha para Pengerajin Batik Desa Trusmi Kulon Kecamatan Plared Kabupaten Cirebon*. Skripsi UPI tidak dipublikasikan.
- Fandy Tjiptono, *Manajemen Pemasaran Jasa*, PT Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta 2017
- Husein, Umar. 2013. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* Edisi 11. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Kotler dan Armstrong. 2015. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- Munandar, Utami. (2014). *Pengembangan Kreativitas Anak Berbakat*. Jakarta: Rineka Cipta
- Purwati, Dewi; PURWA, Edward Gagah; PARAMITA, Patricia Dhiana. *Pengaruh Kemampuan Usaha, Modal Usaha dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha dengan Perkembangan Usaha Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) di Kawasan Desa Kedewan Kabupaten Bojonegoro)*. *Journal of Management*, 2021, 7.1.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Suryana. 2017. *Kewirausahaan (Kiat dan Proses Menuju Sukses)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Tjiptono & Chandra, G. (2014). *Pemasaran Strategik*. Edisi Kedua. Yogyakarta Yogyakarta: ANDI