

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PENETAPAN HARGA, DAN LOKASI USAHA TERHADAP KINERJA USAHA WARUNG ANGKRINGAN DI WILAYAH KECAMATAN PINANG KOTA TANGERANG

Dodi Subagia, ¹ Yudi Nur Supriadi ²

¹ STISIP Yuppentek ² Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

Email: yudinur_supriadi@yahoo.co.id

Abstract

The research sample was 50 respondents who were taken from the owner of the angkringan stalls. The results of the study resulted in a conclusion that there was a significant effect on product quality on business performance, there was a significant effect of price fixing on business performance, there was a significant influence on location on business performance and there was a joint influence on product quality, pricing and business location on micro-business performance. small and medium enterprises in Tangerang City. The location of the business has an influence on business performance, therefore it is recommended that the owner of an angkringan business in determining the location of the business can pay attention to environmental factors around the business location such as the condition of the community around the business location, the comfort and safety of the business place, and easy access to buyers. The results showed that there are still other factors that can affect the performance of the angkringan stalls besides product quality, pricing and business locations, therefore it is recommended that the owners of the angkringan stalls conduct a survey directly to buyers regarding the assessment of consumer satisfaction with product quality, product prices and business location based on buyers' perceptions so that owners of angkringan stalls can make strategies to improve their business according to the characteristics of buyers who are their target market.

Keywords: Product Quality (X_1), Pricing (X_2), Business Location (X_3) and Customer Satisfaction (Y)

Abstrak

Sampel penelitian adalah 50 responden yang diambil dari pemilik warung angkringan. Hasil penelitian menghasilkan kesimpulan bahwa ada efek signifikan pada kualitas produk pada kinerja bisnis, ada efek signifikan dari penetapan harga pada kinerja bisnis, ada pengaruh signifikan pada lokasi pada kinerja bisnis dan ada pengaruh bersama pada kualitas produk, harga dan lokasi bisnis pada kinerja bisnis mikro. usaha kecil dan menengah di Kota Tangerang. Lokasi usaha memiliki pengaruh terhadap kinerja bisnis, oleh karena itu disarankan agar pemilik usaha angkringan dalam menentukan lokasi usaha dapat memperhatikan faktor lingkungan di sekitar lokasi usaha seperti kondisi masyarakat di sekitar lokasi usaha, kenyamanan dan keamanan tempat usaha, akses mudah ke pembeli. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masih ada faktor lain yang dapat mempengaruhi kinerja warung angkringan selain kualitas produk, harga dan lokasi usaha, oleh karena itu disarankan agar pemilik warung angkringan melakukan survei langsung kepada pembeli terkait penilaian kepuasan konsumen terhadap kualitas produk, harga produk dan lokasi usaha berdasarkan persepsi pembeli sehingga pemilik warung angkringan dapat membuat strategi untuk meningkatkan usahanya. sesuai dengan karakteristik pembeli yang menjadi target pasarmereka.

Kata kunci: Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2), Lokasi Bisnis (X_3) dan Kepuasan Pelanggan (Y)

PENDAHULUAN

Warung angkringan merupakan sektor usaha informal atau sering disebut sebagai usaha pedagang kaki lima yang seringkali menjadi incaran bagi masyarakat dan pendatang baru untuk membuka usaha di daerah perkotaan. Hal tersebut disebabkan karena mudahnya memulai usaha angkringan yang tidak memerlukan modal yang cukup besar dan tidak memerlukan keahlian yang khusus untuk membuatnya.

Usaha warung angkringan menjadi usaha yang dapat dijangkau oleh masyarakat kecil. Dengan harga gerobak berkisar Rp 1.700.000,00 sampai dengan Rp 3.100.000,00 dan ditambah modal peralatan lainnya yang bisa mencapai Rp. 300.000,00 sampai dengan Rp 600.000,00 serta

modal awal untuk bahan makanan sebesar Rp 300.000,00 sampai dengan Rp 500.000,00 seseorang sudah bisa mendirikan warung angkringan. Dengan demikian dapat terdeskripsi bahwa warung angkringan merupakan salah satu usaha yang tidak memerlukan modal yang besar tetapi mampu berkembang dengan baik, sehingga masyarakat sangat mudah untuk membuka usaha angkringan tersebut.

Khususnya di wilayah Kecamatan Pinang Kota Tangerang terjadi persaingan yang cukup kompetitif usaha warung angkringan karena telah banyaknya yang membuka warung angkringan sehingga menyebabkan usaha warung angkringan ada yang bertahan lama dan ada juga yang tidak bertahan lama apalagi ditambah dengan adanya Pandemi Covid-19 saat ini yang menyebabkan banyaknya usaha angkringan sebagian besar ada yang tutup sementara, karena kebijakan yang telah ditetapkan oleh pemerintah daerah dan ada juga yang gulung tikar.

Adanya warung angkringan yang tidak bertahan lama disebabkan oleh beberapa faktor, ditentukan oleh tata letak tempat usaha atau lokasi usaha, karena pada umumnya masyarakat yang menjadi konsumen tidak hanya semata-mata untuk membeli menu angkringan tetapi lokasi angkringan dijadikan juga sebagai lokasi untuk “nongkrong” /ngopi, maka lokasi dan konsep warung untuk memberikan rasa nyaman bagi konsumen dalam menikmati menu angkringan menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan usaha angkringan.

Selain itu persoalan yang lainnya yaitu adanya keterbatasan modal dan kurangnya pemahaman mengenai pengelolaan manajemen bisnis bagi para pelaku usaha warung angkringan yang baru memulai usahanya. Kemudian persoalan harga, karena warung angkringan identik dengan harga yang cukup murah yang bisa terjangkau oleh masyarakat kalangan menengah kebawah. Kualitas atau rasa dari menu warung angkringan yang tersedia dengan berbagai macam variasi makanan ciri khas warung angkringan. Waktu yaitu jam buka dan jam tutup warung angkringan yang sesuai dengan keinginan konsumen. Pengelolaan keuangan untuk mengembangkan usaha angkringan. Cara penjualan dan promosi, dengan berkembangnya teknologi informasi yang memberikan kemudahan disegala bidang harus bisa dimanfaatkan oleh pelaku usaha angkringan untuk melakukan promosi dan memberikan kemudahan konsumen untuk membeli menu angkringan melalui aplikasi secara online.

Dapat didekripsikan bahwa kualitas produk warung angkringan dapat menentukan kinerja usaha atau pendapatan, karena konsumen pada umumnya diberikan pilihan untuk menarik minatnya dalam membeli menu makanan warung angkringan yang ditentukan oleh faktor rasa atau kualitas produk yang ditawarkan. Selain kualitas produk faktor harga juga dapat menentukan kinerja usaha warung angkringan, karena usaha warung angkringan khususnya di wilayah Kecamatan Pinang Kota Tangerang secara umum sedang berkembang sehingga persaingan harga menjadi kompetitif. Kemudian faktor lokasi juga dapat menjadi sebuah penentu karena konsumen warung angkringan pada umumnya membeli menu makanan yang langsung dikonsumsi ditempat, oleh karena itu warung angkringan harus bisa memberikan tempat yang nyaman bagi konsumen dalam membeli produk dan menikmati produk.

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan sebagai batasan dari suatu produk, produk dapat berupa barang atau jasa yang memiliki suatu nilai bagi konsumen. Kotler dan Kevin (2016:152) menyebutkan bahwa produk memiliki sifat-sifat atau komponen yang disebut sebagai atribut produk yaitu “Suatu komponen yang merupakan sifat-sifat produk yang menjamin agar produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan

dan keinginan yang diterapkan oleh pembeli”. sedangkan menurut Tjiptono dan Anastasia (2016:103) mengatakan bahwa “Unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan pembelian. Atribut produk meliputi merek, kemasan, jaminan (garansi), pelayanan dan sebagainya”. Dalam mendeskripsikan kualitas produk warung angkringan menggunakan dimensi kualitas produk yang dikemukakan oleh Tjiptono dan Anastasia yaitu *performance* (kinerja), *durability* (daya tahan), *conformance to specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), *features* (fitur), *reliability* (reliabilitas), *aesthetic* (estetika), *perceived quality* (kesan kualitas), *serviceability*.

Secara sempit harga dapat diartikan sebagai jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, lebih luas lagi harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Menurut Abdurahman dan Sanusi (2015:128) memberikan suatu penjelasan “Harga adalah ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya. Harga menjadi faktor utama yang dapat mempengaruhi pilihan seorang pembeli, harga cukup berperan dalam menentukan pembelian konsumen, untuk itu sebelum menetapkan suatu harga, sebaiknya perusahaan melihat beberapa referensi harga suatu produk yang dinilai cukup tinggi dalam penjualan”. Untuk melihat pengaruh variabel harga terhadap kinerja usaha warung angkringan, peneliti akan menggunakan dimensi prosedur dan langkah-langkah penetapan harga yang dikemukakan oleh Abdullah dan Tantri Abdullah dan Tantri (2017:171-186) yaitu memilih sasaran harga, menentukan permintaan, memperkirakan harga, menganalisis harga dan penawaran pesaing, memilih metode penetapan harga, memilih harga akhir.

Dalam kegiatan usaha peran lokasi usaha menjadi salah satu bagian yang harus diperhatikan sebagai tempat menjalankan aktivitas usaha untuk melayani konsumen, penyimpanan bahan baku dan proses produksi. Secara umum tempat usaha dapat diartikan sebagai tempat untuk memajangkan barang-barang dagangannya. Didalam usaha kecil lokasi usaha juga berperan untuk memberikan peran kepada konsumen untuk membeli sekaligus menikmati produk yang dijual dan diproduksi secara langsung. Dengan demikian lokasi usaha harus dapat memberikan kenyamanan kepada konsumen agar mudah untuk membeli dan berinteraksi secara langsung terhadap produk yang ditawarkan.

Dwi Indra Lesmana dkk (2017) didalam jurnalnya menyebutkan “Lokasi usaha sepenuhnya memiliki kekuatan untuk membuat (atau menghancurkan) strategi bisnis sebuah perusahaan, keputusan lokasi sering bergantung pada tipe bisnis. Untuk keputusan lokasi industri, strategi yang digunakan biasanya adalah strategi untuk meminimalkan biaya, sedangkan untuk bisnis eceran dan jasa profesional, strategi yang digunakan terfokus pada memaksimalkan pendapatan. Didalam melihat pengaruh variabel lokasi usaha terhadap kinerja usaha angkringan, peneliti akan menggunakan dimensi pertimbangan menentukan lokasi usaha yang dikemukakan oleh Kasmir yaitu jenis usaha yang di jalankan, dekat konsumen atau pasar, dekat dengan bahan baku, ketersediaan tenaga kerja, sarana dan prasarana (transportasi, listrik, dan air) dan kondisi adat istiadat, budaya dan sikap masyarakat setempat.

Setiap pelaku usaha tentunya menginginkan usaha yang dijalankannya dapat berhasil, hal tersebut berkaitan dengan kinerja yang dari usaha yang dijalankannya. Menurut Kotler dan Kevin (2016:19) menyebutkan “Jenis kinerja terdiri dari dua yaitu (1) kinerja ekonomis, menghasilkan etos kerja yang kuat dan berkualitas, dan (2) kinerja unggul, menghasilkan produk unggulan. Kinerja usaha para pengusaha adalah serangkaian capaian hasil kerja dalam melakukan kegiatan usaha, baik dalam pengembangan produktivitas maupun kesuksesan dalam hal pemasaran, sesuai

dengan wewenang dan tanggung jawabnya. Kinerja usaha yaitu semangat kerja, kualitas kerja, produk unggulan, dan keberhasilan usaha yang mempunyai hubungan signifikan terhadap kinerja pengusaha.

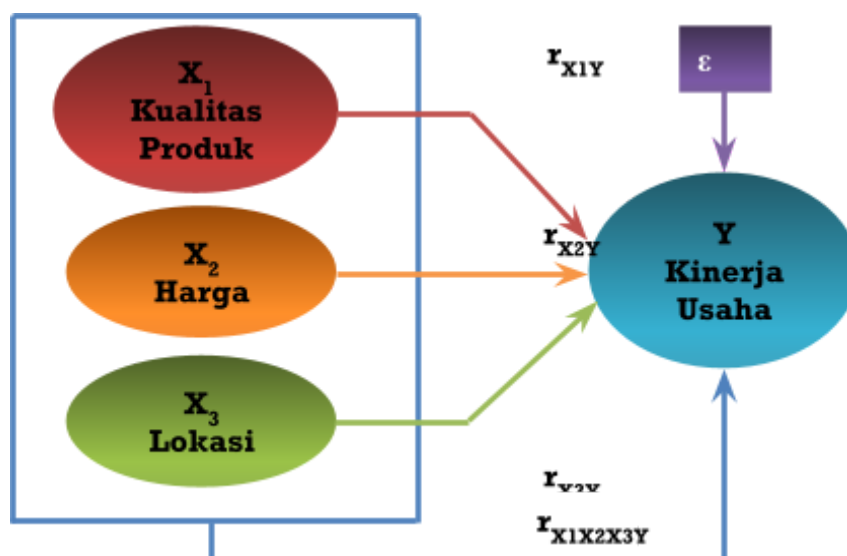
Didalam melihat kinerja usaha warung angkringan, digunakan indikator keberhasilan usaha yang dikemukakan oleh Riyanti (2019:28) yaitu Peningkatan dalam akumulasi modal atau peningkatan modal, jumlah produksi, jumlah pelanggan, perluasan usaha, perluasan daerah pemasaran, perbaikan sarana fisik, dan pendapatan usaha.

Perumusan masalah yang dibuat yaitu sebagai berikut: 1) Apakah terdapat pengaruh secara signifikan antara kualitas produk terhadap kinerja usaha warung angkringan?, 2) Apakah terdapat pengaruh secara signifikan antara penetapan harga terhadap kinerja usaha warung angkringan?, 3) Apakah terdapat pengaruh secara signifikan antara lokasi terhadap kinerja usaha warung angkringan? dan 4) Apakah terdapat pengaruh secara bersama kualitas produk, penetapan harga dan lokasi usaha terhadap kinerja usaha warung angkringan?.

Sedangkan perumusan hipotesis penelitian yang diajukan untuk menjawab rumusan masalahnya sebagai berikut : 1) Terdapat pengaruh secara signifikan kualitas produk terhadap kinerja usaha warung angkringan, 2) Terdapat pengaruh secara signifikan penetapan harga terhadap kinerja usaha warung angkringan, 3) Terdapat pengaruh secara signifikan lokasi terhadap kinerja usaha warung angkringan? dan 4) Terdapat pengaruh secara bersama kualitas produk, penetapan harga dan lokasi usaha terhadap kinerja usaha warung angkringan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan menggunakan desain penelitian kuantitatif dengan jenis asosiatif. Teknik analisis data menggunakan analisis korelasi produk moment, analisis korelasi berganda, analisis koefisien determinasi, analisis regresi sederhana dan analisis regresi berganda. Secara visualisasi gambar desain penelitiannya dapat dilihat sebagai berikut:



Gambar 1.
Desain Penelitian

Populasi penelitian yang diambil yaitu 50 warung angkringan yang tersebar di wilayah Kecamatan Pinang Kota Tangerang. Teknik penarikan sampel dilakukan secara sensus dengan mengambil keseluruhan jumlah populasi. Teknik pengumpulan data menggunakan alat bantu daftar pertanyaan berupa kuesioner yang bersifat terstruktur. Data yang diperoleh dari hasil jawaban responden diuji terlebih dahulu guna untuk memenuhi persyaratan uji analisis data, yaitu dengan menggunakan pengujian validitas data, reliabilitas data, normalitas data dan linearitas data.

HASIL PENELITIAN

1. Karakteristik Responden

Gambaran dari karakteristik 50 orang responden yang menjadi sampel penelitian berdasarkan lama usaha, status kepemilikan lokasi dan lokasi usaha angkringan dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1
Karakteristik Responden

No	Keterangan		Jumlah	Persen
1	Lama Usaha			
	a	1 Bulan Sampai 6 Bulan	15	30.00
	b	6 Bulan Sampai 1 Tahun	20	40.00
	c	1 tahun Lebih	15	30.00
2	Status Lokasi			
	a	Sewa	34	68.00
	b	Milik Sendiri	16	32.00
3	Lokasi Usaha			
	a	Kunciran	6	12.00
	b	Pinang	8	16.00
	c	Cipete	7	14.00
	d	Pakojan	8	16.00
	e	Panunggungan	6	12.00
	f	Nerogotg	6	12.00
	g	Sudimara	4	8.00
	h	Pasar Bengkok	5	10.00

Sumber: Penelitian 2020

2. Deskripsi Data Variabel Kualitas Produk (X_1)

Skor total dari jawaban responden untuk variabel kualitas Produk yang diperoleh dengan cara mengkalikan jumlah frekuensi masing-masing jawaban responden dengan nilai interval kemudian menjumlahkannya masing-masing skor total sehingga diperoleh nilai sebagai berikut : $460 + 472 + 312 + 266 + 53 = 1.563$. Sebagai pembandingan dipergunakan skor total ideal dengan

anggapan bahwa setiap responden dalam menjawab kuesioner untuk variabel kualitas produk akan memilih opsi Sangat setuju (nilai tertinggi = 5), sehingga dapat dihitung sebagai berikut : $50 \times 10 \times 5 = 2.500$.

Dengan memperbandingkan nilai skor total jawaban responden dengan skor total nilai ideal maka akan diperoleh suatu deskripsi data tentang variabel kualitas produk % Kualitas Produk = $[1.563 : 2.500] \times 100\% = 62,52 \%$. Dengan demikian bahwa menurut 50 orang pemilik usaha angkringan yang dijadikan sebagai responden, kualitas produk warung angkringan menjadi perhatian yang harus dipertimbangkan dalam menjalankan usahanya.

3. Deskripsi Variabel Penetapan Harga (X_2)

Nilai skor total dari jawaban responden untuk variabel penetapan harga yang diperoleh dengan cara mengkalikan jumlah frekuensi masing-masing jawaban responden dengan nilai interval kemudian menjumlahkannya masing-masing skor total sehingga diperoleh nilai sebagai berikut : $485 + 496 + 255 + 210 + 89 = 1.535$. deskripsi data tentang variabel penetapan harga menu warung angkringan, sebagai berikut: % Penetapan Harga = $[1.535 : 2.500] \times 100\% = 61,40 \%$. Dengan demikian bahwa menurut 50 orang pemilik usaha angkringan yang dijadikan responden beranggapan bahwa penetapan harga menjadi perhatian cukup baik artinya penetapan harga yang ditawarkan sesuai dengan menu yang dijual.

4. Deskripsi Variabel Lokasi Usaha (X_3)

Nilai skor total dari jawaban responden untuk variabel lokasi usaha yang diperoleh dengan cara mengkalikan jumlah frekuensi masing-masing jawaban responden dengan nilai interval kemudian menjumlahkannya masing-masing skor total sehingga diperoleh nilai sebagai berikut : $250 + 824 + 372 + 182 + 29 = 1.657$. Maka diperoleh suatu deskripsi data tentang variabel lokasi usaha warung angkringan, sebagai berikut: % Lokasi Usaha = $[1.657 : 2.500] \times 100\% = 66,28 \%$. Dengan demikian bahwa menurut 50 orang pemilik usaha angkringan yang dijadikan responden beranggapan bahwa lokasi usaha menjadi perhatian cukup baik artinya lokasi usaha warung angkringan menjadi perhatian untuk memberikan kenyamanan bagi pembeli.

5. Deskripsi Data Variabel Kinerja Usaha (Y)

Nilai skor total dari jawaban responden untuk variabel kinerja usaha yang diperoleh dengan cara mengkalikan jumlah frekuensi masing-masing jawaban responden dengan nilai interval kemudian menjumlahkannya masing-masing skor total sehingga diperoleh nilai sebagai berikut : $380 + 544 + 318 + 250 + 57 = 1.549$. Maka diperoleh suatu deskripsi data tentang variabel kinerja usaha warung angkringan, sebagai berikut: % Kinerja Usaha = $[1.549 : 2.500] \times 100\% = 61,96 \%$. Dengan demikian bahwa menurut 50 orang pemilik usaha warung angkringan yang dijadikan sebagai responden beranggapan bahwa kinerja usahanya sudah cukup baik.

6. Analisis Data

Pada pengujian regresi sederhana, terhadap masing-masing variabel penelitian, diketahui bahwa hasil analisis dari regresi linear untuk variabel kualitas Produk dengan variabel kinerja usaha warung angkringan memenuhi persamaan $\hat{Y} = 17,940 + 0,417 X$, nilai persamaan tersebut memberikan pengertian bahwa seiring meningkatnya nilai kualitas produk maka nilai dari variabel kinerja usaha akan meningkat, artinya bahwa apabila nilai kualitas produk ditingkatkan satu unit skor maka nilai dari kinerja usaha akan meningkat sebesar 0,417 ditambah nilai konstan sebesar 17,940.

Sedangkan persamaan regresi linear antara variabel penetapan harga dengan variabel kinerja usaha memenuhi persamaan $\hat{Y} = 26,555 + 0,144 X$, nilai persamaan tersebut memberikan

pengertian bahwa seiring meningkatnya nilai penetapan harga maka nilai dari variabel kinerja usaha akan meningkat, artinya bahwa apabila nilai Penetapan Harga ditingkatkan satu unit skor maka nilai dari kinerja usaha akan meningkat sebesar 0,144 ditambah nilai konstan sebesar 26,555. Kemudian persamaan regresi linear antara variabel lokasi usaha dengan variabel kinerja usaha memenuhi persamaan $\hat{Y} = 15,057 + 0,480 X$, nilai persamaan tersebut memberikan pengertian bahwa seiring meningkatnya nilai lokasi usaha maka nilai dari variabel kinerja usaha akan meningkat, artinya bahwa apabila nilai lokasi usaha ditingkatkan satu unit skor maka nilai dari kinerja usaha akan meningkat sebesar 0,480 ditambah nilai konstan sebesar 15,057.

Berdasarkan hasil perhitungan regresi berganda bahwa secara simultan variabel kualitas produk, penetapan harga dan lokasi usaha berhubungan dengan variabel kinerja usaha maka akan memenuhi persamaan garis regresi $\hat{Y} = 7,681 + 0,347 X_1 + 0,026 X_2 + 0,352 X_3$. Dengan hasil tersebut, maka dapat dikatakan bahwa berdasarkan persepsi responden variabel kualitas produk, variabel penetapan harga dan lokasi usaha menjadi faktor penting dalam mempengaruhi variabel Kinerja Usaha warung angkringan, karena dengan semakin baiknya kualitas produk, penetapan harga dan lokasi usaha maka akan meningkatkan kinerja usaha warung angkringan.

Berdasarkan hasil analisis korelasi produk moment antara variabel kualitas produk dengan variabel kinerja usaha (Y) sebesar 0,498 dengan signifikansi pada α 0,000 lebih kecil dari taraf kesalahan 5 %. Sedangkan hasil analisis antara variabel penetapan harga dengan variabel kinerja usaha sebesar 0,192 dengan signifikansi pada α 0,181 lebih kecil dari taraf kesalahan 5 %. Kemudian hasil analisis antara variabel lokasi usaha dengan variabel kinerja usaha sebesar 0,406 dengan signifikansi pada α 0,003 lebih kecil dari taraf kesalahan 5 %.

Hasil analisis perhitungan korelasi berganda dapat diketahui bahwa nilai r korelasi berganda antara kualitas produk, penetapan harga dan lokasi usaha dengan kinerja usaha sebesar 0,577 dengan nilai f Change 7,671 pada signifikansi f Change 0,000 lebih kecil dari 5 %. Sedangkan pada Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi bahwa besarnya pengaruh antara variabel kualitas produk terhadap variabel kinerja usaha sebesar 24,6 %. Besarnya pengaruh antara variabel penetapan harga dengan variabel kinerja usaha sebesar 3,7 %. Besarnya pengaruh antara variabel lokasi usaha dengan variabel kinerja usaha sebesar 16,5 %. Adapun secara simultan variabel kualitas produk, dan variabel penetapan harga dan lokasi usaha secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel kinerja usaha sebesar 33,3 %.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kinerja Usaha

Rumusan hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara signifikan kualitas produk terhadap kinerja usaha warung angkringan di wilayah Kecamatan Pinang Kota Tangerang dapat terbukti kebenarannya. Selain mengetahui adanya pengaruh kualitas produk terhadap kinerja usaha, dapat juga diketahui besarnya pengaruh. Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi bahwa besarnya pengaruh kualitas produk terhadap kinerja usaha yaitu sebesar 24,6 %, nilai tersebut memberikan pengertian lain bahwa adanya variabel lain yang mempunyai pengaruh terhadap kinerja usaha selain dari kualitas produk atau sering disebut sebagai variabel epsilon yaitu sebesar 75,4 %. Keberadaan variabel epsilon tersebut salah satunya yaitu variabel bebas lainnya dalam penelitian ini yaitu variabel penetapan harga dan lokasi usaha. Sedangkan keberadaan variabel lainnya diluar kualitas produk, penetapan harga dan lokasi usaha tidak bisa diketahui secara mendetail oleh peneliti, dikarenakan keberadaannya pada penelitian ini dibatasi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Saefudin (2016) tentang Analisis kualitas produk, harga, dan orientasi pasar terhadap kinerja penjualan. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja penjualan. Dengan demikian peningkatan kualitas produk bisa dijadikan sebagai strategi yang tepat untuk meningkatkan kinerja usaha melalui *Performance* (kinerja), *Durability* (daya tahan), Kesesuaian dengan spesifikasi, *Features* (fitur), *Reliability* (reliabilitas), *Aesthetics* (estetika), *Perceived quality* (kesan kualitas), dan *Serviceability*.

2. Pengaruh Penetapan Harga terhadap Kinerja Usaha

Hasil analisis pengujian rumusan hipotesis pengaruh variabel penetapan harga dengan variabel kinerja usaha diperoleh nilai korelasi sebesar 0,192 pada taraf signifikansi α 0,001, nilai signifikansi tersebut mempunyai nilai lebih kecil dari taraf kesalahan 5 %. Dengan demikian rumusan hipotesis penelitian kedua yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara signifikan penetapan harga terhadap kinerja usaha warung angkringan di wilayah Kecamatan Pinang Kota Tangerang dapat diterima kebenarannya. Kemudian besarnya pengaruh penetapan harga terhadap kinerja usaha, berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi yaitu diperoleh nilai sebesar 3,7 %. Nilai tersebut memberikan pengertian bahwa adanya variabel lain yang mempunyai pengaruh terhadap kinerja usaha selain dari variabel penetapan harga atau sering disebut sebagai variabel epsilon yaitu sebesar 96,3 %. Keberadaan variabel epsilon tersebut salah satunya yaitu variabel bebas lainnya dalam penelitian ini yaitu variabel kualitas produk dan lokasi usaha. Keberadaan variabel lain diluar kualitas produk dan lokasi usaha tidak bisa diketahui secara mendetail, dikarenakan keberadaannya pada penelitian ini dibatasi.

Hasil penelitian ini sesuai dengan konsep teori dari Abdullah dan Tantri (2017:171 - 186), penetapan harga yang dapat memberikan pengaruh terhadap kinerja usaha dengan memperhatikan memilih sasaran harga, menentukan permintaan, memperkirakan harga, menganalisis harga pesaing, memilih metode penetapan harga memilih harga akhir.

3. Pengaruh Lokasi Usaha terhadap Kinerja Usaha

Hasil analisis pengujian rumusan hipotesis selanjutnya mengenai pengaruh variabel lokasi usaha dengan variabel kinerja usaha diperoleh nilai korelasi sebesar 0,406 pada taraf signifikansi α 0,001, nilai signifikansi tersebut mempunyai nilai lebih kecil dari taraf kesalahan 5 %. Dengan demikian rumusan hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara signifikan lokasi terhadap kinerja usaha warung angkringan di wilayah Kecamatan Pinang Kota Tangerang dapat diterima kebenarannya. Kemudian besarnya pengaruh lokasi usaha terhadap kinerja usaha, berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi yaitu diperoleh nilai sebesar 16,5 %. Nilai tersebut memberikan pengertian bahwa adanya variabel lain yang mempunyai pengaruh terhadap kinerja usaha selain dari variabel lokasi usaha atau sering disebut sebagai variabel epsilon yaitu sebesar 83,5 %. Keberadaan variabel epsilon tersebut salah satunya yaitu variabel bebas lainnya dalam penelitian ini yaitu variabel kualitas produk dan penetapan harga. Keberadaan variabel lain diluar kualitas produk dan lokasi usaha tidak bisa diketahui secara mendetail.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan penelitian yang dilakukan oleh Dwi Indra Lesmana, Eddy Soegiarto, dan Suyatin (2017) tentang pemilihan lokasi usaha terhadap kesuksesan usaha jasa mikro. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesuksesan usaha. Dengan demikian penentuan lokasi usaha bisa dijadikan sebagai strategi yang tepat untuk meningkatkan kinerja usaha dengan memperhatikan dimensi lokasi

usaha yaitu jenis usaha yang di jalankan, dekat konsumen atau pasar, dekat dengan bahan baku, ketersediaan tenaga kerja, sarana dan prasarana dan kondisi masyarakat setempat.

4. Pengaruh Kualitas Produk, Penetapan Harga dan Lokasi Usaha terhadap Kinerja Usaha

Hasil analisis korelasi berganda variabel kualitas produk, penetapan harga terhadap kinerja usaha diperoleh nilai korelasi sebesar 0,577 dan hasil perhitungan uji F (hitung) untuk membuktikan hipotesis secara simultan diperoleh nilai F (Hitung) sebesar 7,671, nilai F (Hitung) tersebut lebih besar dari nilai F (tabel) sebesar 2,80. Berdasarkan perbandingan nilai f-hitung dan f tabel tersebut maka dapat ditarik suatu interpretasi yang sesuai hipotesis penelitian yaitu terdapat pengaruh secara bersama kualitas produk, penetapan harga dan lokasi usaha terhadap kinerja usaha warung angkringan di wilayah Kecamatan Pinang Kota Tangerang.

Sedangkan berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi dapat diperoleh informasi bahwa secara bersamaan kualitas produk, penetapan harga mempunyai pengaruh terhadap kinerja usaha sebesar 33,3 %, nilai tersebut memberikan suatu interpretasi bahwa masih adanya variabel bebas lainnya (Epsilon) selain variabel kualitas produk, penetapan harga dan lokasi usaha yang berpengaruh terhadap variabel kinerja usaha sebesar 66,7 %.

Selanjutnya berdasarkan hasil analisis regresi berganda memberikan interpretasi bahwa kualitas produk, penetapan harga dan lokasi usaha secara bersama-sama berhubungan dengan kinerja usaha dengan persamaan $\hat{Y} = 7,681 + 0,347 X_1 + 0,026 X_2 + 0,352 X_3$. Persamaan regresi ini memberikan suatu pengertian bahwa apabila nilai kualitas produk ditingkatkan sebesar satu unit skor maka akan direspon secara positif oleh kinerja usaha sebesar 0,347 dan ditambah nilai konstan sebesar 7,681, sama halnya dengan variabel penetapan harga apabila meningkat sebesar satu unit skor maka akan direspon secara positif sebesar 0,026 oleh kinerja usaha dan lokasi usaha di naikan satu unit skor maka akan direspon positif sebesar 0,352 ditambah dengan nilai konstantanya.

KESIMPULAN

Terdapat pengaruh secara signifikan kualitas produk terhadap kinerja usaha warung angkringan, besarnya pengaruh yaitu 24,6 % nilai tersebut memberikan pengertian lain bahwa adanya variabel lain yang mempunyai pengaruh terhadap kinerja usaha selain dari kualitas produk atau sering disebut sebagai variabel epsilon yaitu sebesar 75,4 %. Terdapat pengaruh secara signifikan penetapan harga terhadap kinerja usaha warung angkringan, besarnya pengaruh yaitu 3,7 % nilai tersebut memberikan pengertian lain bahwa adanya variabel lain yang mempunyai pengaruh terhadap kinerja usaha selain dari variabel penetapan harga atau sering disebut sebagai variabel epsilon yaitu sebesar 96,3 %. Terdapat pengaruh secara signifikan lokasi terhadap kinerja usaha warung angkringan, besarnya pengaruh yaitu 16,5 %, nilai tersebut memberikan suatu interpretasi bahwa masih adanya variabel bebas lainnya (Epsilon) selain variabel lokasi usaha yang berpengaruh terhadap variabel kinerja usaha sebesar 83,5 % Terdapat pengaruh secara bersama kualitas produk, penetapan harga dan lokasi usaha terhadap kinerja usaha warung angkringan, besarnya pengaruh secara simultan yaitu sebesar 66,7 %, nilai tersebut memberikan suatu interpretasi bahwa masih adanya variabel bebas lainnya (Epsilon) selain variabel kualitas produk, penetapan harga dan lokasi usaha yang berpengaruh terhadap variabel kinerja usaha sebesar 66,7 % Kualitas produk memberikan pengaruh terhadap kinerja usaha warung angkringan oleh karena itu disarankan agar pemilik warung angkringan bisa membuat strategi peningkatan kualitas produknya untuk meningkatkan kinerja usahanya dengan memperhatikan faktor *Performance*

(kinerja), *Durability* (daya tahan), Kesesuaian dengan spesifikasi, *Features* (fitur), *Reliability* (reliabilitas), *Aesthetics* (estetika), *Perceived quality* (kesan kualitas), dan *Serviceability*.

Penetapan harga memberikan pengaruh terhadap kinerja usaha warung angkringan akan tetapi pengaruhnya masih sangat kecil oleh karena itu disarankan agar pemilik angkringan lebih memperhatikan lagi penetapan harga bukan hanya memilih sasaran harga, menentukan permintaan, memperkirakan harga, menganalisis harga pesaing, memilih metode penetapan harga dan memilih harga akhir, akan tetapi harus bisa juga menjaga daya beli masyarakat pada kondisi saat ini. Lokasi usaha memberikan pengaruh terhadap kinerja usaha, oleh karena itu disarankan agar pemilik usaha angkringan didalam menentukan lokasi usaha bisa memperhatikan faktor lingkungan disekitar lokasi usaha seperti kondisi masyarakat sekitar lokasi usaha, kenyamanan dan keamanan tempat usaha, dan akses yang mudah dijangkau pembeli. Hasil penelitian menunjukan bahwa masih adanya faktor lain (*epsilon*) yang bisa mempengaruhi kinerja usaha warung angkringan selain kualitas produk, penetapan harga dan lokasi usaha, oleh sebab itu disarankan agar pemilik warung angkringan melakukan survey secara langsung kepada pembeli terkait penilaian kepuasan konsumen terhadap kualitas produk, harga produk dan lokasi usaha berdasarkan persepsi pembeli agar pemilik warung angkringan bisa membuat strategi untuk meningkatkan usahanya sesuai dengan karakteristik pembeli yang menjadi target pasarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Depok. PT. Rajagrafindo Persada.
- Agustina, Tri Siwi. 2019. *Kewirausahaan di Era Revolusi Industri 4.0*. Jakarta. Mitra.
- Ahmad Saefudin. 2016. *Analisis kualitas produk, harga, dan orientasi pasar terhadap kinerja penjualan pada UMKM Pengrajin Kayu di Gilingan Kota Surakarta*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Semarang.
- Djaslim Saladin. 2015. *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran*. Cetakan Keempat. Bandung. Linda Karya.
- Dwi Indra Lesmana, Eddy Soegiharto dan Suyatin. 2017. *Pengaruh Pemilihan Usaha Terhadap Kesuksesan Usaha Jasa Mikro di Jalan Juanda Samarinda*. Fakultas Ekonomi. Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda.
- Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana. 2016. *Pemasaran Esei dan Aplikasi*, Yogyakarta. Andi Offset.

- Handayani dan M. Taufik. 2017. *Analisa Keputusan Konsumen Warung Angkringan yang dipengaruhi Lokasi, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan (Studi kasus pada warga kos di Kota Semarang)*. Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi. No. 43 / Th. XXIV / Oktober 2017.
- Hasibuan, Malayu S.P. 2017. *Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi Revisi*. Jakarta. Bumi Aksara.
- Jajat Krisyanto. 2011. *Manajemen Pemasaran Internasional: Sebuah Pendekatan Strategi*. Jakarta. Erlangga.
- Jati, Bambang Murdaka Eka dan Tri Kuntoro Priyambodo. 2015. *Kewirausahaan Technopreneurship untuk Mahasiswa Ilmu-Ilmu Eksata*. Yogyakarta. ANDI.
- Kadek, A Suarmawan. 2015. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Mikro dan Kecil (Studi Kasus Pada Usaha Kerajinan Ingka di Desa Bulian Kecamatan Kubutambahan)*. Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi (JJPE) Volume: 5 Nomor:1.
- Kasmir. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori dan Praktik)*. Depok. PT. Rajagrafindo Persada.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management, 15th. Edition* New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Veithzal Rivai Zainal, S. 2015. *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk. Perusahaan*. Edisi ke-7. Depok: PT Raja Grafindo.
- Riyanti, B.P.D. 2019. *Kreativitas dan Inovasi di Tempat Kerja*. Jakarta. Atma Jaya.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung. Alfabeta.
- _____. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung. Alfabeta.
- Sukmadinata, Nana Syaodih. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.
- Suryana. 2013. *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan. Peluang*. Jakarta: Salemba Empat