

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMILIHAN LOKASI TERHADAP USAHA DAGANG

Stepanus Sandy *¹

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi, Jambatan Bulan, Timika, Indonesia
Stepanussandy09@gmail.com

Juwita Atma Nadia Karno

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi, Jambatan Bulan, Timika, Indonesia
jnadiakarno@gmail.com

Siti Kholifa Hadiono

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi, Jambatan Bulan, Timika, Indonesia
kholifasiti2@gmail.com

Abstract

This research aims to determine differences in clothing business income in the city of Timika, to find out the factors that influence the choice of location for a trading business. The research method used in this research is a descriptive method. This research was conducted by 50 clothing traders. Data collection techniques were carried out using observation and questionnaires. The analytical instruments used are independent sample t test analysis and factor analysis. The results of the research are that there is no difference in clothing business income in Timika City, and the proximity of infrastructure, market (consumer) proximity, and location costs are factors that determine the choice of clothing business location in Timika City.

Keywords: trading business, proximity to infrastructure, proximity to markets (consumers) Location costs.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan pendapatan usaha pakaian di kota timika, untuk mengetahui fakto-faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi terhadap usaha dagang. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Penelitian ini dilakukan 50 pedagang pakaian. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan observasi dan kuesioner. Instrumen analisis yang digunakan adalah Analisis t test sampel independen dan analisis faktor. Hasil penelitian adalah tidak terdapat perbedaan pendapatan usaha pakaian Di Kota Timika, serta faktor kedekatan infrastruktur, kedekatan pasar (konsumen), biaya lokasi adalah faktor yang menentukan pemilihan lokasi usaha pakaian Di Kota Timika.

Kata Kunci: usaha dagang, kedekatan infrastruktur, kedekatan pasar (konsumen) Biaya lokasi.

¹ Korespondensi Penulis.

PENDAHULUAN

Kegiatan usaha yang dilakukan oleh seseorang atau suatu badan usaha untuk menghasilkan suatu produk baik barang ataupun jasa dengan tujuan memperoleh keuntungan atau laba. Kegiatan usaha dapat dilakukan oleh individu, perusahaan, atau organisasi yang berorientasi pada keuntungan dimana salah satu bentuk usaha berdasarkan kegiatannya yaitu usaha dagang.

Usaha dagang adalah jenis usaha yang bergerak dibidang perdagangan, yaitu membeli barang atau jasa dari produsen atau pemasok kemudian menjualnya kembali kepada konsumen atau pelanggan dengan harga yang lebih tinggi untuk mendapatkan keuntungan atau laba. Usaha dagang dapat berupa usaha kecil-kecilan atau usaha besar yang memiliki banyak cabang atau toko. Dalam menjalankan kegiatan usaha dagang pakaian, faktor yang sangat penting untuk mempertimbangkan yaitu faktor-faktor untuk menjalankan suatu usaha dagang pakaian.

Usaha dagang pakaian dipengaruhi oleh lokasi itu sendiri, karena pedagang pakaian hanya berfokus pada pendapatan, oleh karena itu pedagang harus memilih lokasi usaha dagang yang strategis agar bisa melakukan pendekatan kepada konsumen. Dalam pemilihan lokasi usaha dagang, pedagang harus memperhatikan faktor-faktor pemilihan lokasi.

Faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi usaha dagang antara lain Faktor kedekatan infrastruktur yaitu infrastruktur memadai yang akan menunjang keberlanjutan dalam aktivitas bisnis. Faktor kedekatan pasar (konsumen) yaitu usaha dagang dekat dengan konsumen karena pada prinsipnya usaha dagang tidak membuat bahan mentah untuk membuat barang jadi, melainkan membeli langsung jadi dan menjualnya secara langsung kepada konsumen barang jadi tersebut. Faktor Biaya lokasi yaitu biaya yang harus dikeluarkan untuk mendapatkan lokasi usaha yang strategis juga harus menjadi pertimbangan pemilik dalam memilih lokasi usahanya, karena semakin strategis lokasi usaha dagang memudahkan para pedagang untuk menjual dagangannya.

Hal ini dimana telah banyak usaha dagang ditemui termasuk dikota timika. Kota timika merupakan kota yang berkembang maka banyak pelaku bisnis terdapat berbagai usaha dagang pakaian baik yang menyewa tempat sendiri secara terpisah maupun usaha dagang yang menggunakan satu bangunan selain pasar, dimana suatu usaha ditemui di jalan budiutomo, hasanuddin, yosudarso, bayangkara, kartini, dan ki hajar dewantara. Tabel usaha dagang dilokasi tersebut dapat ditunjukkan pada tabel 1.1 berikut:

Tabel 1.1
Jumlah Pedagang Pakaian Di Kota Timika

No	Alamat	Jumlah Pedagang Pakaian
----	--------	-------------------------

1.	Budiutomo	28
2.	Hasanuddin	14
3.	Yosudarso	10
4.	Bayangkara	7
5.	Kartini	4
6.	Ki Hajar Dewantara	12
Total		75

Sumber: Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel terlihat bahwa dari total 75 usaha dagang pakaian yang berada ditempat tersebut, usaha sejenis yang berdekatan tersebut tentunya menimbulkan adanya persaingan bisnis bagi para pengusaha, Selain itu tempat usaha dagang pakaian yang digunakan untuk melakukan kegiatan usaha masih berstatus sewa. Menentukan lokasi tempat untuk setiap usaha dagang pakaian menjadi suatu tugas penting bagi pemilik usaha dagang pakaian.

Dengan demikian dapat disimpulkan ungkapan adanya persaingan bisnis yang kuat serta tempat usaha rata-rata masih sewa namun para pedagang masih menetap untuk berdagang ditempat tersebut, pengusaha pakaian dilokasi budiutomo, hasanuddin, yosudarso, bayangkara, kartini, dan ki hajar dewantara. Oleh karena itu, faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi pedagang pakaian harus di perhatikan, Semakin strategis lokasi sebuah usaha dagang pakaian maka usaha dagang pakaian yang di jalankan akan berhasil dalam usaha.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Terhadap Usaha Dagang”.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Menurut Siregar (2019: 16), metode deskriptif adalah metode yang menggambarkan objek penelitian pada saat keadaan sekarang berdasarkan fakta-fakta sebagaimana adanya, kemudian dianalisis dan diinterpretasikan, bentuknya berupa survei dan studi perkembangan. Penelitian hendak mendeskripsikan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi terhadap usaha dagang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Data

Perbedaan Pendapatan Usaha Pakaian Di Kota Timika

Untuk mengukur perbedaan pendapatan usaha pakaian Di Kota Timika, digunakan uji beda t-test sampel independen. Karena pada dasarnya uji beda t-test sampel independen bertujuan untuk mengukur signifikansi perbedaan dua populasi/kelompok data yang independen, sementara tujuan penelitian ini adalah untuk

mengukur perbedaan, maka analisis penelitian ini dilakukan dengan cara mengukur signifikansi perbedaan pendapatan antara usaha penjualan pakaian di jalan Yos Sudarso, Bhayangkara, Ki Hajar Dewantara dengan pendapatan Penjualan usaha pakaian Di Jalan Budi Utomo, Hasanuddin, Kartini.

Untuk memudahkan penarikan kesimpulan, maka dibangun asumsi bahwa jika hasil analisis menunjukkan adanya perbedaan pendapatan yang signifikan antara pendapatan usaha pakaian di jalan Yos Sudarso, Bhayangkara, Ki Hajar Dewantara maka dapat disimpulkan terdapat perbedaan pendapatan usaha pakaian Di Kota Timika dan sebaliknya jika tidak terdapat perbedaan pendapatan usaha pakaian di jalan Budi Utomo, Hasanuddin, Kartini maka dapat disimpulkan tidak terdapat perbedaan pendapatan usaha pakaian di Kota Timika.

Adapun langkah-langkah pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. Membuat hipotesis penelitian
 Ho: Tidak terdapat signifikansi perbedaan pendapatan usaha pakaian di jalan Budi Utomo, Hasanuddin, Kartini.
 Ha: Terdapat signifikansi perbedaan pendapatan usaha pakaian di jalan di jalan Yos Sudarso, Bhayangkara, Ki Hajar Dewantara.
2. Menentukan taraf signifikan
 Pengujian menggunakan taraf signifikansi 5% atau 0,05.
3. Kaidah pengujian
 Jika signifikansi t hitung > 0,05 maka Ho diterima
 Jika signifikansi t hitung < 0,05 maka Ho ditolak.
4. Menghitung nilai t hitung
 Berdasarkan hasil output perhitungan t-test sampel independen menggunakan bantuan SPSS, diperoleh nilai signifikansi t hitung sebesar 0,710, seperti yang ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 5.1
Hasil Output Uji T Tes Sampel Independen
Dengan Bantuan SPSS

		t-test for Equality of Means		
		T	Df	Sig. (2-tailed)
Lokasi	Equal variances assumed	-,376	31	,710
	Equal variances not assumed	-,307	10,525	,765

5. Membandingkan nilai signifikansi hitung dengan taraf signifikansi (α) Signifikansi t hitung = 0,710 α = 0,05
6. Kesimpulan
 Karena nilai signifikansi t hitung > 0,05 maka H_0 diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat signifikansi perbedaan pendapatan usaha pakaian di jalan Budi Utomo, Hasanuddin, Kartini di Kota Timika.

Analisis Faktor

Pemeriksaan *Anti-Image Matrices* dilakukan pengujian kelayakan setiap indikator untuk mengetahui setiap indikator apa saja yang layak digunakan dalam analisis faktor dan tidak dikeluarkan. Adapun nilai dari *Measures Of Sampling Adequacy (MSA)* yaitu jika nilai MSA lebih besar dari 0,5 maka indikator-indikator tersebut sudah layak untuk dianalisis lebih lanjut. Tetapi, jika nilai MSA lebih kecil dari 0,5 maka indikator tersebut harus dikeluarkan.

Setelah dilakukan pengujian, berdasarkan nilai *Measures Of Sampling Adequacy (MSA)* pada tabel *Anti-Image Matrices* bagian *Anti-image Correlation* dapat diketahui nilai MSA dari setiap variabel seperti yang disajikan pada tabel 5.2. Hasil perhitungan *anti-image correlation test* pada tabel 5.2 menunjukkan sejumlah angka yang membentuk "a", yang menandakan angka MSA sebuah variabel. Faktor yang layak digunakan dalam analisis adalah faktor yang memiliki nilai diatas 0,50, apabila angka MSA dibawah 0,50 maka variable tersebut harus dikeluarkan dan dilakukan pengulangan pengujian. Dari tabel diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa MSA terpenuhi karena tiap indikator memiliki nilai anti image lebih besar dari 0,50.

Tabel 5.2
Hasil Uji kelayakan Indikator

<i>Anti-Image Correlation</i>	
Kedekatan Infrastruktur1	,747 ^a
Kedekatan Infrastruktur2	,610 ^a
Kedekatan Infrastruktur3	,726 ^a
Kedekatan Infrastruktur4	,863 ^a
Kedekatan Infrastruktur5	,715 ^a
Kedekatan Pasar (konsumen)1	,804 ^a

Kedekatan Pasar (konsumen)2	,748 ^a
Kedekatan Pasar (konsumen)3	,684 ^a
Kedekatan Pasar (konsumen)4	,747 ^a
Kedekatan Pasar (konsumen)5	,742 ^a
Biaya Lokasi1	,523 ^a
Biaya Lokasi2	,672 ^a
Biaya Lokasi3	,598 ^a

Sumber: Data Diolah, 2023

Uji Kecukupan Data

Uji KMO (*Kaiser-Meyer-Olkin measure of sampling adequacy*) bertujuan untuk mengetahui apakah semua data yang digunakan telah cukup untuk difaktorkan. Sedangkan uji *Bartlett* bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antar variabel independen dalam analisis faktor. Nilai dari KMO harus lebih besar dari 0,5 maka data tersebut dinyatakan valid dan bisa difaktorkan. Sedangkan nilai dari *Barlett's Test* dinyatakan signifikan jika kurang dari 0,05. Berikut hasil pengujiannya berdasarkan nilai KMO dan *Barlett's Test* sebagai berikut:

Tabel 5.3
Uji Kecukupan Data

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,715
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	413,892
	Df	78
	Sig.	,000

Sumber: Data Diolah, 2023

Dari hasil yang didapatkan KMO sebesar 0,715 dengan demikian angka KMO lebih besar dari 0,50 maka analisis faktor layak digunakan, dan nilai signifikansi adalah ,000 dengan demikian nilai signifikansinya jauh dibawah 0,05 yang berarti terdapat korelasi antara variabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa analisis faktor dapat dilanjutkan.

Uji Konfirmasi Indikator Masing-Masing Faktor

Setelah dilakukan uji kelayakan indikator dan kelayakan jumlah data yang digunakan, selanjutnya dilakukan pengujian terhadap setiap indikator dari masing-masing faktor dengan memperhatikan nilai *factor loading*. Penentuan nilai *factor loading* mengikuti (Hair, J.F.Black et al., 2010) seperti pada tabel 5.4.

Tabel 5.4
Dasar Penentuan Nilai Factor Loading

Factor Loading	Sample Size
0,30	350
0,35	250
0,40	200
0,45	150
0,50	120
0,55	100
0,60	85
0,65	70
0,70	60
0,75	50

Sumber: Hair et al (2020)

Pengujian masing-masing indikator menggunakan hasil uji *rotated component matrix*, dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Indikator dengan nilai *factor loading* < 0,75 dikeluarkan
- b. Indikator dengan nilai *factor loading* > 0,75 dan tidak berkumpul dalam faktor yang sama akan dikeluarkan

Hasil uji *rotated component matrix* seperti disajikan pada tabel 5.4. Hasil pengujian *rotated component matrix* dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 5.5
Uji Konfirmasi Indikator

Rotated Component Matrix^a			
	Component		
	1	2	3
Kedekatan Infrastruktur1		,864	
Kedekatan Infrastruktur2		,751	
Kedekatan Infrastruktur3		,802	
Kedekatan Infrastruktur4		,806	
Kedekatan Infrastruktur5		,854	
Kedekatan Pasar (konsumen)1	,929		
Kedekatan Pasar (konsumen)2	,826		

Kedekatan Pasar (konsumen) ₃	,875		
Kedekatan Pasar (konsumen) ₄	,767		
Kedekatan Pasar (konsumen) ₅	,796		
Biaya Lokasi₁			
Biaya Lokasi ₂			,883
Biaya Lokasi ₃			,906
Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.			
a. Rotation converged in 3 iterations.			

Sumber: Data Diolah, 2023

a. Faktor Kedekatan Infrastruktur

Hasil pengujian indikator faktor kedekatan infrastruktur dapat disimpulkan bahwa dari lima indikator yang diajukan semua indikator terkonfirmasi 5 indikator pembentuk faktor kedekatan infrastruktur (indikator 1, indikator 2, indikator 3, indikator 4 dan indikator 5).

b. Faktor Kedekatan Pasar (konsumen)

Hasil pengujian indikator faktor kedekatan pasar (konsumen) dapat disimpulkan bahwa dari lima indikator yang diajukan semua indikator terkonfirmasi 5 indikator pembentuk faktor kedekatan pasar (konsumen) (indikator 1, indikator 2, indikator 3, indikator 4 dan indikator 5).

c. Faktor Biaya Lokasi

Hasil pengujian indikator faktor biaya lokasi dapat disimpulkan bahwa dari tiga indikator yang diajukan hanya terkonfirmasi 2 indikator pembentuk faktor biaya lokasi (indikator 2, indikator 3) sedangkan satu indikator (indikator 1) dikeluarkan.

Pembahasan Hasil Analisis

Perbedaan Pendapatan Usaha Pakaian di Kota Timika

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan pendapatan usaha penjualan Di Jalan Budi Utomo, Hasanuddin dan Kartini di Kota Timika. Hal ini dikarenakan barang dagangnya yang dijual oleh pedagang pakaian di jalan Budi utomo tidak jauh berbeda dengan jalan Hasanuddin, Kartini. Ditambah lagi dengan tersedianya tepat para pedagang yang sangat nyaman untuk di kunjungi oleh para pembeli. menuju ke lokasi usaha penjualan pakaian Jalan Budi Utomo, Hasanuddin, Kartini, jika ingin membeli sesuatu yang diinginkannya.

Kondisi ini berada dalam satu lokasi usaha, para pedagang usaha pakaian Di Jalan Budi Utomo, Hasanuddin, Kartini. semua pedagang pakaian memperoleh pendapatan yang tidak jauh berbeda.

Faktor yang menentukan pemilihan lokasi usaha pakaian Di kota Timika

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, maka dilakukan pembahasan hasil analisis sebagai berikut:

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa faktor kedekatan infrastruktur, kedekatan pasar (konsumen), dan biaya lokasi adalah faktor yang menentukan pemilihan lokasi usaha pakaian di kota timika.

Kedekatan infrastruktur menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi terhadap usaha dagang dikarenakan tersedianya listrik, air bersih, tempat parkir dan akses jalan yang baik membuat para pedagang pakaian dapat dengan mudah melayani pembeli, dan para pembeli pun dapat dengan mudah menuju ke lokasi penjualan pakaian di Jalan Budi Utomo, Hasanuddin, Yos Sudarso, Bhayangkara, Kartini, dan Ki Hajar Dewantara. Kondisi tersebut sebagaimana ditunjukkan oleh tanggapan responden mengenai pemilihan lokasi di Jalan Budi Utomo, Hasanuddin, Yos Sudarso, Bhayangkara, Kartini, dan Ki Hajar Dewantara sebagai lokasi untuk menjual barang dagangannya berupa pakaian karena tersedianya listrik yang stabil untuk menunjang operasional usaha, tersedianya air bersih untuk memenuhi kebutuhan pedagang dan konsumen, tersedianya tempat parkir yang memadai bagi pengunjung, serta akses dan kondisi jalan yang baik, sehingga memudahkan pengunjung untuk sampai ke tempat usaha tersebut, dimana rata-rata tanggapan responden mengatakan sangat setuju. Hal ini sejalan dengan teori Schenener (1994) yang menyatakan bahwa tersedianya pembangkit tenaga listrik dan air, faktor lebar jalan, kondisi jalan, dan juga sarana dan prasarana transportasi akan menjadi nilai tambah atau nilai kurang dan harus menjadi perhatian penting dalam pemilihan lokasi usaha.

Kedekatan pasar (konsumen) menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi terhadap usaha dagang di karenakan Jalan Budi Utomo, Hasanuddin, Yos Sudarso, Bhayangkara, Kartini, dan Ki Hajar Dewantara yang terletak di daerah pertumbuhan ekonomi Di Kota Timika., menjadikannya selalu ramai dengan aktivitas-aktivitas ekonomi. Hal ini di kemudian dimanfaatkan para pedagang pakaian untuk menjual barang dagangannya di lokasi tersebut. Kondisi tersebut sebagaimana ditunjukkan oleh tanggapan responden mengenai pemilihan lokasi di Jalan Budi Utomo, Hasanuddin, Yos Sudarso, Bhayangkara, Kartini, dan Ki Hajar Dewantara. Sebagai lokasi untuk menjual barang dagangannya berupa pakaian, lokasi usaha dekat dengan pasar memungkinkan sebuah organisasi memberikan layanan yang lebih baik kepada pelanggan, dan sering menghemat biaya pengiriman. Usaha-usaha yang bergerak dibidang perdagangan harus lebih mendekatkan diri dengan semua konsumen sehingga konsumen bisa dekat dengan pasar. karena lokasi tersebut merupakan pusat kota

hingga berpotensi menarik jumlah pelanggan yang besar. Dimana rata-rata tanggapan responden mengatakan sangat setuju terhadap hal tersebut. Hal ini sejalan dengan teori sistem K=3 yang dicetuskan oleh Walter Christaller pada tahun 1933, yang meurutnya kedekatan lokasi usaha dengan pasar memungkinkan sebuah organisasi memberikan layanan yang lebih baik biasanya adalah lebih penting. Usaha-usaha yang bergerak dibidang perdagangan harus lebih mendekatkan diri dengan semua pelanggan sehingga mereka bisa dekat dengan pasar mereka.

Biaya lokasi menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi terhadap usaha dagang di karenakan Jalan Budi Utomo, Hasanuddin, Yos Sudarso, Bhayangkara, Kartini, dan Ki Hajar Dewantara dapat diketahui bahwa biaya lokasi yang dikeluarkan untuk memperoleh lokasi usaha yang strategis juga menjadi pertimbangan pemilik dalam memilih lokasi usahannya, karena akan berpengaruh terhadap modal awal. tempat pedagang pakaian harus terlihat menarik dihias rapi akan menimbulkan rangsangan kualitas dari konsumen. Dimana rata-rata tanggapan responden mengatakan sangat setuju terhadap hal tersebut.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan bahwa:

1. Tidak Terdapat perbedaan pendapatan usaha pakaian di jalan Budi Utomo, Hasanuddin, Kartini, Di Kota Timika.
2. Faktor kedekatan infrastruktur, Faktor kedekatan pasar (konsumen), Faktor biaya lokasi adalah faktor-faktor yang menentukan pemilihan lokasi usaha dagang pakaian Di Kota Timika.

Saran

Adapun saran berdasarkan kesimpulan diatas :

1. Untuk meningkatkan kualitas pakaian para pedagang harus memperhatikan pemilihan lokasi yang lebih nyaman sehingga pedagang maupun pembeli merasa nyaman untuk berbelanja agar pedagang dapat meningkatkan penjualannya sehingga dapat memberikan peningkatan bagi para pedagang.
2. Untuk mempertahankan usaha dagang pakaian di Jalan Budi Utomo, Hasanuddin, Yos Sudarso, Bhayangkara, Kartini, dan Ki Hajar Dewantara di Kota Timika tetap mempertahankan faktor kedekatan infrastruktur, kedekatan pasar (konsumen), biaya lokasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2014). *Kewirausahaan Untuk Mahasiswa dan Umum*. Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Fitriyani, S., Murni, T., & Warsono, S. (2019). *Pemilihan Lokasi Usaha Dan Pengaruhnya*

- Terhadap Keberhasilan Usaha Jasa Berskala Mikro Dan Kecil. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(1), 47–58. <https://doi.org/10.33369/insight.13.1.47-58>
- Futra, R. (2021). *Analisis Pendapat Usaha dan Laba Pedagang Eceran Tradisional Sebelum Dan Sesudah Berdirinya Alfamart Dan Indomaret Di Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir*. Islam Riau, Pekanbaru.
- Hair, J.F.Black, W. C., And, B. B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis. Seventh Edition*. New Jersey. Pearson Prentice Hall.
- Hartati, Hamyat, H., & Djauhar, A. (2021). Pengaruh Pemilihan Lokasi Terhadap Usaha Dagang Ritel di Kecamatan Baruga Kota Kendari. *Journal of Economic and Business*, 1(3), 8–14. <http://jurnal-unsultra.ac.id/index.php/sjeb/article/view/149>
- Hasyim, F. (2009). *Hukum Dagang*. Sinar Grafika, Jakarta.
- Marthen, M. (2022). *Analisis Faktor-faktor Yang Menentukan Perilaku Masyarakat Memilih Jasa Ekspedisi di Kota Timika (studi kasus pada PT. JNE)*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jambatan Bulan, Timika.
- Maulana, Y. S. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Pabrik Pt Sung Chang Indonesia Cabang Kota Banjar. *Jurnal Ilmiah ADBIS (Administrasi Bisnis)*, 2(2), 211–221. <https://jurnal.stisipbp.ac.id/index.php/ADBIS/article/view/61>
- Muniarty, P. (2021). *Metode Penelitian Analisis Data Komprehensive*.
- Puspitaningrum, Y., & Damanuri, A. (2022). *Analisis Lokasi Usaha Dalam Meningkatkan Keberhasilan Bisnis Pada Grosir Berkah Doho Dolopo Madiun*. 2(2), 289–304. <https://doi.org/https://doi.org/10.21154/niqosiya.v2i2.977>
- Rondonuwu, G., & Tamengkel, L. F. (2016). Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pasar Swalayan Borobudur Manado). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 4(4), 1–8. <https://doi.org/https://doi.org/10.35797/jab.v4.i4.%25p>
- Saepul, S. A., Mulyatini, N., & Prabowo, F. H. E. (2019). Analisis Faktor-Faktor Penetapan Lokasi Strategis Perusahaan PT. Pos Indonesia Cabang Ciamis Sebelum dan Sesudah Renovasi (Studi Kasus Pada PT. Pos Indonesia Cabang Kantor Pos Ciamis). *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 1(2), 25–41. <https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/bmej/article/view/2288/2246>
- Sastrawan, I. W. (2015). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi usaha pedagang kaki lima di pantai Penimbangan kecamatan Buleleng, Kabupaten Buleleng. *Jurnal Pendidikan Ekonomi, Undiksha*, 5(1), 1–3. <https://www.neliti.com/publications/5359/analisis-faktor-faktor-yang-mempengaruhi-pemilihan-lokasi-usaha-pedagang-kaki-li>
- Sidabalok, J. (2020). *Hukum Perdagangan (perdagangan nasional dan perdagangan internasional)*. Yayasan Kita Menulis, Medan.
- Siregar, S. (2019). *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. PT Bumi Aksara, Jakarta.
- Soepono, P. (1999). Teori Lokasi Representasi Landasan Mikro Bagi Teori Pembangunan Daerah. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 14(4). <https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/62222330/39322-103535-1-PB20200227-130606-1hw5ihf-libre.pdf?1582875224=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DPB.pdf&Expires=1679058317&Signature=FrlnHPSyywyCMVpSFhTJh8XkhCEmtecms9dzNuOi6osNrYXInj2UF3>

- Sugiarno. (2015). *Analisis Perilaku Konsumen Pakaian Di Pasar Sentral Timika*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Jembatan Bulan, Timika.
- Tandilino, A. (2015). *Analisis Pengaruh Modal Awal, Lama Usaha Dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Pedagang Tipe Kios Di Kota Timika*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Jembatan Bulan, Timika.
- Yuliati, T., & Utomo, H. (2012). Pengaruh Kedekatan Infrastruktur, Kedekatan Konsumen, Biaya Lokasi Terhadap Pendapatan Pedagang Di Areal Rute Jalan Jalur Lintas Selatan Kota Salatiga. *Jurnal Among Makarti*, 5(10), 42–56. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.52353/ama.v5i2.63>
- Yusrizal. (2008). Pengujian Validitas Konstruk Dengan Menggunakan Analisis Faktor. *Tabularasa PPS UNIMED*, 5(1), 73–92.