

ABSTRAKSI

"Analisis Pengaruh Pelayanan Dan Lokasi Usaha Terhadap Volume Penjualan Pada Pedagang Kaki Lima (Studi Kasus Pada Pedagang Kaki Lima di Jalan Gatot Subroto Ungaran)"

oleh : Agung Wijanarko

Dewasa ini persaingan usaha dagang semakin ketat kompetisi usaha mengarah pada persaingan non harga. Salah satu faktor yang dipergunakan dalam kompetisi tersebut adalah pelayanan.

Pengaruh pelayanan yang diberikan konsumen dan pemilihan lokasi usaha merupakan hal penting dalam meningkatkan volume penjualan pada pedagang kaki lima. Oleh karena itu penulis tertarik untuk meneliti bagaimana pengaruh pelayanan dan lokasi usaha terhadap volume penjualan pada pedagang kaki lima di Jalan Gatot Subroto Ungaran Kabupaten Semarang. Dilihat dari segi faktor pelayanan dan lokasi usaha, maka perlu dipertimbangkan dan diperhatikan dengan cermat karena hal tersebut menyangkut kelangsungan hidup suatu usaha dagang yaitu akan dapat meningkatkan atau menurunkan volume penjualannya.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui berapa besar pengaruh pelayanan dan lokasi usaha secara bersama-sama terhadap volume penjualan pada pedagang kaki lima di Jalan Gatot Subroto Ungaran Kabupaten Semarang. Objek penelitian ini adalah pedagang kaki lima di Jalan Gatot Subroto Ungaran Kabupaten Semarang dengan sampel yang diambil 62 responden. Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui kuisisioner dan wawancara.

Berdasarkan hasil perhitungan regresi parsial dan regresi berganda dengan menggunakan program SPSS for Windows versi 1.0 menunjukkan bahwa pelayanan dan lokasi usaha secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap volume penjualan dengan signifikan sebesar 0,987 dibawah tingkat kesalahan 0,05. Sedangkan dibawah tingkat signifikan 0,05 menunjukkan bahwa pelayanan berpengaruh terhadap volume penjualan signifikan 0,001, selanjutnya lokasi usaha berpengaruh terhadap volume penjualan dengan signifikan sebesar 0,048. Secara simultan dengan tingkat kesalahan 0,05 menunjukkan bahwa variabel pelayanan dan lokasi usaha berpengaruh terhadap volume penjualan dengan signifikan sebesar 0,000. Dengan demikian secara serentak variabel pelayanan dan lokasi usaha memberikan kontribusi