



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 2 (2026) pp: 11549-11558

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Pengaruh Lokasi Usaha dan Kompetensi Wirausaha terhadap Keberhasilan Usaha Toko Sitinjak Nauli

Cindy Monica Sitinjak¹ Dahrul Siregar²

¹²Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Medan Area

sitinjakcindymonica@gmail.com, dahrul@staff.uma.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi usaha dan kompetensi wirausaha terhadap keberhasilan usaha pada Toko Sitinjak Nauli. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang merupakan konsumen pada Toko Sitinjak Nauli. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel lokasi usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Hal ini menunjukkan bahwa semakin strategis lokasi usaha, maka semakin tinggi tingkat keberhasilan usaha. Variabel kompetensi wirausaha juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha, yang berarti semakin tinggi kompetensi wirausaha, maka semakin tinggi pula keberhasilan usaha yang dicapai. Secara simultan, lokasi usaha dan kompetensi wirausaha berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha pada Toko Sitinjak Nauli. Nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa kedua variabel independen mampu menjelaskan sebagian besar variasi keberhasilan usaha, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini seperti harga, pelayanan, distribusi, dan faktor-faktor lainnya. Temuan ini mengindikasikan bahwa pemilik usaha perlu mempertimbangkan aksesibilitas, visibilitas, dan kepadatan lalu lintas dalam memilih lokasi, serta terus mengembangkan keterampilan manajemen, inovasi, dan pengambilan keputusan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan usaha sangat dipengaruhi oleh faktor lokasi usaha dan kompetensi wirausaha. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pelaku usaha dalam meningkatkan keberhasilan usaha melalui pemilihan lokasi yang strategis dan peningkatan kompetensi wirausaha secara berkelanjutan. Selain itu, bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti modal usaha, strategi pemasaran, atau teknologi guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai determinan keberhasilan usaha.

Kata Kunci: Lokasi Usaha, Kompetensi Wirausaha, Keberhasilan Usaha, UMKM.

1. Latar Belakang

Keberhasilan usaha merupakan indikator utama dalam menilai kinerja suatu bisnis, khususnya pada sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Dalam perspektif kuantitatif, keberhasilan usaha dapat diukur melalui peningkatan omzet, pertumbuhan pelanggan, serta keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Keberhasilan usaha menjadi tujuan utama setiap pelaku bisnis dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat. Oleh karena itu, penting untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang secara empiris berpengaruh terhadap keberhasilan usaha.

Dalam era globalisasi dan perkembangan ekonomi digital, tingkat persaingan bisnis mengalami peningkatan yang signifikan. Pelaku usaha dituntut untuk mampu bersaing secara kompetitif dengan mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki. Kondisi ini mendorong pentingnya penelitian berbasis kuantitatif untuk menguji hubungan antar variabel yang memengaruhi keberhasilan usaha secara terukur dan objektif. Pendekatan kuantitatif memungkinkan pengujian hipotesis secara statistik untuk memperoleh kesimpulan yang valid. Keberhasilan usaha tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor, melainkan oleh berbagai faktor yang saling berkaitan. Secara umum, faktor-faktor tersebut dapat diklasifikasikan menjadi faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi kompetensi wirausaha, kemampuan manajerial, dan inovasi, sedangkan faktor eksternal mencakup lokasi usaha dan kondisi lingkungan bisnis. Kedua faktor tersebut memiliki kontribusi yang signifikan terhadap pencapaian keberhasilan usaha.

Salah satu faktor eksternal yang berpengaruh terhadap keberhasilan usaha adalah lokasi usaha. Lokasi usaha menjadi aspek strategis yang menentukan kemudahan akses konsumen terhadap suatu bisnis. Dalam

penelitian kuantitatif, lokasi usaha sering diukur melalui indikator seperti aksesibilitas, visibilitas, dan kepadatan lalu lintas. Lokasi yang strategis cenderung meningkatkan peluang keberhasilan usaha secara signifikan. Penelitian empiris menunjukkan bahwa lokasi usaha memiliki pengaruh positif terhadap keberhasilan usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha yang berada di lokasi strategis memiliki tingkat penjualan yang lebih tinggi dibandingkan usaha yang berada di lokasi kurang strategis. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi usaha merupakan variabel penting yang perlu diperhatikan dalam pengembangan bisnis.

Selain itu, penelitian lain juga menunjukkan bahwa lokasi usaha berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha baik secara parsial maupun simultan dengan variabel lainnya. Pengaruh tersebut dibuktikan melalui analisis regresi yang menunjukkan hubungan positif antara lokasi usaha dan keberhasilan usaha. Hal ini memperkuat pentingnya pemilihan lokasi dalam strategi bisnis. Selain faktor eksternal, faktor internal seperti kompetensi wirausaha juga memiliki peran penting dalam menentukan keberhasilan usaha. Kompetensi wirausaha mencerminkan kemampuan individu dalam mengelola usaha secara efektif dan efisien. Kompetensi ini meliputi pengetahuan, keterampilan, serta sikap yang mendukung keberhasilan usaha.

Dalam pendekatan kuantitatif, kompetensi wirausaha diukur melalui indikator seperti kemampuan manajerial, kemampuan inovasi, serta kemampuan pengambilan keputusan. Kompetensi yang tinggi akan meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam menghadapi tantangan bisnis. Hal ini berdampak langsung terhadap peningkatan kinerja usaha secara keseluruhan. Penelitian menunjukkan bahwa kompetensi wirausaha memiliki pengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha. Pelaku usaha yang memiliki kompetensi tinggi cenderung mampu mengelola sumber daya secara optimal dan meningkatkan daya saing usaha. Hal ini dibuktikan melalui hasil analisis statistik yang menunjukkan hubungan positif antara kompetensi dan keberhasilan usaha. Selain itu, kompetensi wirausaha juga berperan dalam meningkatkan kemampuan adaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis. Dalam era digital, pelaku usaha dituntut untuk memiliki kompetensi tambahan seperti kemampuan teknologi dan inovasi. Kompetensi tersebut menjadi faktor penting dalam meningkatkan keberhasilan usaha.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kombinasi antara lokasi usaha dan kompetensi wirausaha memiliki pengaruh yang kuat terhadap keberhasilan usaha. Analisis regresi menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan usaha tidak hanya ditentukan oleh satu faktor saja. Namun demikian, hasil penelitian sebelumnya masih menunjukkan adanya perbedaan temuan terkait pengaruh kompetensi wirausaha terhadap keberhasilan usaha. Beberapa penelitian menunjukkan pengaruh signifikan, sementara penelitian lainnya menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan penelitian yang perlu diteliti lebih lanjut. Selain itu, perbedaan konteks penelitian seperti lokasi geografis dan jenis usaha juga dapat memengaruhi hasil penelitian. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang lebih spesifik pada objek tertentu untuk memperoleh hasil yang lebih akurat dan relevan. Pendekatan kuantitatif memungkinkan pengujian hubungan antar variabel secara lebih objektif dan terukur.

Toko Sitinjak Nauli merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang perdagangan yang melayani kebutuhan masyarakat sekitar. Usaha ini memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan konsumen serta berkontribusi terhadap perekonomian lokal. Namun, dalam menjalankan usahanya, usaha ini juga menghadapi berbagai tantangan dalam mempertahankan keberhasilan usaha.

Dalam praktiknya, Toko Sitinjak Nauli menghadapi persaingan usaha yang cukup ketat dengan usaha sejenis di sekitarnya. Kondisi ini menuntut adanya strategi yang tepat dalam meningkatkan keberhasilan usaha. Salah satu strategi yang dapat dilakukan adalah dengan memperhatikan faktor lokasi usaha dan kompetensi wirausaha.

Lokasi Toko Sitinjak Nauli menjadi salah satu faktor yang diduga memengaruhi jumlah konsumen yang datang. Jika lokasi usaha kurang strategis, maka akses konsumen menjadi terbatas dan berdampak pada penurunan penjualan. Sebaliknya, lokasi yang strategis akan meningkatkan visibilitas usaha dan menarik lebih banyak konsumen. Selain itu, kompetensi wirausaha pemilik usaha juga menjadi faktor penting dalam keberhasilan usaha. Kemampuan dalam mengelola usaha, melakukan inovasi, serta memberikan pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan konsumen dan berdampak pada keberhasilan usaha.

Fenomena yang terjadi menunjukkan bahwa Toko Sitinjak Nauli masih menghadapi kendala dalam mencapai keberhasilan usaha yang optimal. Hal ini diduga dipengaruhi oleh faktor lokasi usaha yang belum sepenuhnya strategis serta kompetensi wirausaha yang masih perlu ditingkatkan.

Tabel 1. Jumlah Pendapatan Toko Sitinjak Nauli 2023 – 2026

No	Tahun	Pendapatan
1.	2021	28,970,000
2.	2022	25,770,000
3.	2023	27,870,000
4.	2024	29,654,000
5.	2025	26,973,000

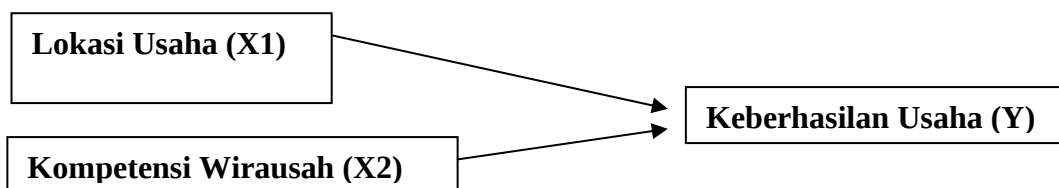
Sumber: Toko Sitinjak Nauli

Berdasarkan fenomena yang terjadi, Toko Sitinjak Nauli masih menghadapi kendala dalam mencapai keberhasilan usaha yang optimal, yang diduga dipengaruhi oleh faktor lokasi usaha dan kompetensi wirausaha. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk menguji secara empiris pengaruh kedua variabel tersebut terhadap keberhasilan usaha. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, penelitian ini diharapkan mampu memberikan hasil yang objektif serta memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu manajemen dan praktik kewirausahaan. Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan guna menguji secara empiris pengaruh lokasi usaha dan kompetensi wirausaha terhadap keberhasilan usaha. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis statistik untuk memperoleh hasil yang objektif dan dapat diperingjawabkan.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan asosiatif. Pendekatan kuantitatif digunakan karena penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh antar variabel secara statistik serta menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Data yang digunakan berupa data numerik yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden. Penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan karakteristik variabel penelitian, sedangkan penelitian asosiatif bertujuan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara variabel independen yaitu lokasi usaha dan kompetensi wirausaha terhadap variabel

Sampel menurut Sugiyono (2023) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dapat diartikan kembali sampel ialah bagian yang mewakili dari keseluruhan dari jumlah dari popularitas tersebut. Dalam pengambilan sampel peneliti menggunakan Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian pelanggan Toko Sitinjak Nauli yang dipilih dengan teknik **non-probability sampling**, yaitu menggunakan metode **accidental sampling**, yaitu pelanggan yang kebetulan datang dan bersedia mengisi kuesioner. Dalam penelitian ini, terdapat dua variabel independen yaitu lokasi usaha (X1) dan kompetensi wirausaha (X2), serta satu variabel dependen yaitu keberhasilan usaha (Y).



Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu, diketahui bahwa lokasi usaha dan kompetensi wirausaha memiliki pengaruh terhadap keberhasilan usaha, baik secara parsial maupun simultan. Lokasi usaha yang strategis akan memudahkan akses konsumen dan meningkatkan peluang penjualan, sedangkan kompetensi wirausaha yang tinggi akan meningkatkan kemampuan pengelolaan usaha secara efektif dan efisien. Definisi Operasional atau bisa juga disebut dengan mendefinisikan konsep secara operasional adalah menjelaskan karakteristik dari obyek kedalam elemen-elemen yang dapat diobservasi yang menyebabkan konsep dapat diukur dan dioperasionalkan kedalam penelitian Sugiyono (2019, n.d.). Operasionalisasi variabel penelitian dapat dilihat berdasarkan tabel dibawah ini.

Tabel 2. Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
1.	lokasi usaha (X1)	Lokasi usaha merupakan faktor eksternal yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan usaha	1. aksesibilitas 2. visibilitas 3. kepadatan lalu lintas	<i>Likert</i>
2.	Kompetensi Wirausaha (X2)	Kompetensi wirausaha merupakan faktor internal yang mencerminkan kemampuan pelaku usaha dalam mengelola bisnis	1. kemampuan inovasi 2. kemampuan pengambilan keputusan	<i>Likert</i>
3.	Keberhasilan Usaha (Y)	Loyalitas konsumen merupakan istilah kuno yang secara tradisional digunakan untuk menggambarkan suatu kesetiaan, pengabdian terhadap negara, cita-cita lainnya Supriadi Setiawan (2010)	1. peningkatan omzet 2. pertumbuhan pelanggan 3. keberlanjutan usaha	<i>Likert</i>

Sumber: Data Diolah Peneliti (2026)

Metode yang dilakukan dalam pengumpulan data yaitu:

1. Kuesioner

Kuesioner adalah “cara pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan kepada responden tentang variabel dalam penelitian. Metode ini digunakan untuk mengungkapkan identitas peneliti dan variabel dalam penelitian”.

2. Pengamatan (observation),

yaitu dengan mengadakan pengamatan langsung pada objek penelitian.

3. Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi adalah “cara pengumpulan data dengan mengumpulkan dan mempelajari data yang diperoleh dari buku, jurnal, dan informasi dari internet yang berhubungan dengan penelitian ini”.

3. Hasil dan Pembahasan

Toko Sitinjak Nauli merupakan usaha yang bergerak di bidang perdagangan yang melayani kebutuhan masyarakat sekitar. Usaha ini menyediakan berbagai jenis barang kebutuhan sehari-hari dan telah beroperasi selama beberapa tahun. Keberadaan usaha ini memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan konsumen di lingkungan sekitarnya.

Dalam menjalankan usahanya, Toko Sitinjak Nauli menghadapi persaingan yang cukup ketat dengan usaha sejenis lainnya. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang tepat dalam meningkatkan keberhasilan usaha, salah satunya melalui pemilihan lokasi usaha yang strategis dan peningkatan kompetensi wirausaha.

Tabel 3. Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	45	45%
2	Perempuan	55	55%
Total		100	100%

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.10567>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Tabel 4. Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	17–25 tahun	30	30%
2	26–35 tahun	40	40%
3	>35 tahun	30	30%
Total		100	100%

Tabel 54. Uji Validitas

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
X1.1	0,65	0,196	Valid
X1.2	0,70	0,196	Valid
X2.1	0,68	0,196	Valid
Y1.1	0,72	0,196	Valid

Berdasarkan tabel di atas, seluruh item memiliki nilai r hitung $>$ r tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item kuesioner valid

Untuk mengetahui adanya pengaruh Lokasi Usaha (X1) dan Kompetensi Wirausaha (X2), dan Keberhasilan Usaha (Y) digunakan regresi linear berganda dan dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Linear Berganda Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.694	.750		3.593	.001		
Lokasi Usaha	.631	.132	.518	4.783	.000	.197	5.082
Kompetensi Wirausaha	.531	.125	.459	4.238	.000	.197	5.082

a Dependent Variable: Keberhasilan_Usaha

Dari data di atas diketahui bahwa terdapat hubungan positif antara Lokasi Usaha (X1), Kompetensi Wirausaha (X2), terhadap Keberhasilan Usaha (Y), ini juga dapat dilihat dari besarnya nilai intersep yang diperoleh dari hitungan yang dibantu oleh SPSS, berdasarkan data di atas dapat ditulis nilai konstan 2,694 dan $X_1 = 0,631$ dan $X_2 = 0,531$ selanjutnya besaran nilai konstan, X_1 dan X_2 tersebut dimasukkan kedalam regresi linear berganda:

$$Y = 2,694 + 0,631 + 0,531 + e$$

Keterangan:

Y : Prediksi *Performing Loans*

a : Konstanta sebesar 2,694 berarti bahwa apabila setiap variabel independen X_1 dan X_2 dianggap 0 maka prediksi Y sebesar 3,005

b1. X_1 : Koefisien predictor Lokasi Usaha (X_1) sebesar 0,631 menunjukkan Lokasi Usaha dapat memprediksi Keberhasilan Usaha (Y) secara positif. Apabila X_1 naik satu satuan dengan asumsi variabel tetap, maka nilai naik 0,631

b2. X_2 : Koefisien predictor Kompetensi Wirausaha (X_2) sebesar 0,531 menunjukkan Kompetensi Wirausaha dapat memprediksi Keberhasilan Usaha Y secara positif. Apabila X_2 naik satu satuan dengan asumsi variabel tetap, maka nilai naik 0,531

Uji Asumsi Klasik

1. Hasil Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui kondisi data apakah berdistribusi normal atau tidak. Kondisi data berdistribusi normal menjadi syarat menentukan uji t yang digunakan. Pengelolaan data dari uji normalitas dengan menggunakan program SPSS.

- Jika nilai Sig. < 0,05 maka H0 bahwa data berdistribusi normal ditolak. Hal ini berarti data hasil tidak berdistribusi normal.
- Jika nilai Sig. > 0,05 maka H0 diterima. Hal ini berarti data sampel berasal dari *pre test* berdistribusi normal.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			44
Normal Parameters(a,b)	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.81659152
Most Extreme Differences	Absolute		.071
	Positive		.071
	Negative		-.061
Kolmogorov-Smirnov Z			.471
Asymp. Sig. (2-tailed)			.979

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.

Sumber: data primer diolah spss

Gambar 1. One – Sample Kolmogorov – Smirnov Test

Berdasarkan hasil uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* didapatkan nilai signifikan sebesar 0,979 lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan data berdistribusi Normal.

2. Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah uji yang bertujuan menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen), jika ditemukan adanya multikolinieritas, maka koefisien regresi variabel tidak tentu dan kesalahan menjadi tidak terhingga. Uji multikolinieritas dilakukan dengan cara melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dengan ketentuan harus berada dibawah 10 dan nilai *tolerance* di atas 0,05. Hal ini dapat dijelaskan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3. Uji Multikolinieritas Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.694	.750		3.593	.001		
	Lokasi Usaha	.631	.132	.518	4.783	.000	.197	5.082
	Kompetensi Wirausaha	.531	.125	.459	4.238	.000	.197	5.082

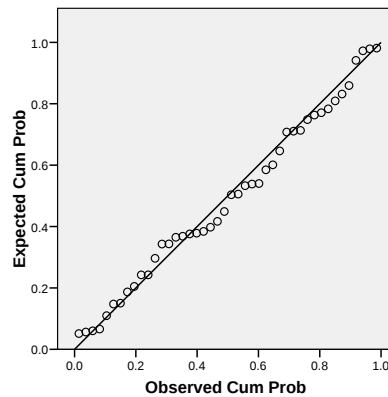
a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

Sumber: data primer, diolah SPSS

Berdasarkan data di atas dapat dilihat bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas antara masing – masing variabel independen dalam model regresi yaitu dengan nilai VIF dan nilai *Tolerance*. Hasil perhitungan tolerance menunjukkan nilai variabel independen yang kurang dari 0,05, Lokasi Usaha (X1) 0,631 > 0,05, Potensi Wirausaha (X2) 0,531 > 0,05, yang berarti data nilai tolerance tidak ada korelasi antara variabel independen. Dan bisa dilihat juga dari hasil perhitungan nilai VIF menunjukkan bahwa tidak ada satupun variabel independen yang memiliki nilai lebih dari 10. Lokasi Usaha (X1) 5,082 < 10, Potensi Wirausaha (X2) 5,082 < 10, yang berarti hasil pendistribusian data ini tidak terjadi multikolinearitas.

3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah variasi data yang digunakan untuk membuat model menjadi tidak konstan. Pengujian asumsi dilakukan dengan menggunakan uji glejser dan uji scatter plot. Jika titik – titiknya menyebar didaerah positif dan negatif serta membentuk pola maka dapat dikatakan data tersebut tidak ada masalah heteroskedastisitas. Hasil pengujian heteroskedastisitas sebagai berikut:



Gambar 2. ScaterPlot

Berdasarkan gambar di atas dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala heteroskedastisitas karena titik – titik yang ada didalam kotak menyebar. Sehingga model layak dipakai untuk memprediksi bahwa tidak ada gejala heteroskedastisitas. Adapun cara lain untuk menguji heteroskedastisitas adalah dengan tabel berikut:

Tabel 7. Hasil Uji Heteroskedastisitas Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.495	.444		1.114	.272
	Lokasi Usaha	.026	.078	.116	.331	.742
	Kompetensi Wirausaha	-.026	.074	-.123	-.351	.728

a. Dependent Variable: Uji Heteroskedastisitas

Jika nilai Sig > 0,05 (Tidak terjadi Heteroskedastisitas)

Lokasi Usaha (X1) = 0,742 > 0,05, maka tidak terjadi heteroskedastisitas

Kompetensi Wirausaha (X2) = 0,728 > 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil Uji Hipotesis

1. Hasil Uji F (Simultan)

Uji F dengan maksud menguji apakah secara simultan variabel bebas (independen) berpengaruh terhadap variabel terikat (dependen), dengan tingkat keyakinan 95% ($\alpha = 0.05$). Berikut hasil pengujian dapat dilihat pada tabel dibawah.

**Tabel 8. Uji Simultan (F)
ANOVA^b**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	209.986	5	41.997	11.247	.000(a)
	Residual	141.900	38	3.734		
	Total	351.886	43			

- a. Predictors: (Constant), Lokasi_Usaha, Kompetensi_Wirusaha
b. Dependent Variable: Keberhasilan_Usaha

Berdasarkan hasil pengujian uji F di dapat bahwa variabel Lokasi Usaha (X1), Kompetensi Usaha (X2), dan Keberhasilan Usaha (Y) memiliki nilai F_{hitung} sebesar 11,247 sedangkan nilai F_{tabel} 2,427 dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Sesuai dengan kaidah pengujian, artinya hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel Lokasi Usaha (X1), Kompetensi Usaha (X2), dan Keberhasilan Usaha (Y) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha.

2. Hasil Uji t (Parsial)

Uji parsial (t) statistik dimaksudkan untuk menguji pengaruh secara parsial antara variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen) dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap konstan dengan tingkat keyakinan 95% ($\alpha = 0,05$). Berikut hasil uji parsial dapat dilihat pada tabel dibawah :

**Tabel 8
Uji Parsial (Uji t)
Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.694	.750		3.593	.001		
	Lokasi Usaha	.631	.132	.518	4.783	.000	.197	5.082
	Kompetensi Wirusaha	.531	.125	.459	4.238	.000	.197	5.082

- a. Dependent Variable: Kredit_Macet

Jumlah sampel (n) = 44, jumlah parameter model (k) = 3, $df = (n-k) 44 - 3 = 41$, maka pada tingkat kesalahan $\alpha = 0,05$, diperoleh $T - tabel = 2,0153$.

Berdasarkan hasil Uji – t pada tabel 4.10 diperoleh hasil:

- Variabel Lokasi Usaha (X1) memiliki koefisien 0,202 dengan nilai positif, dengan $T - hitung (4.783) > t - tabel (2,0153)$ dan signifikan $(0,00) < (0,05)$. Dengan demikian, variabel Lokasi Usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha.
- Variabel Kompetensi Wirusaha (X2) memiliki koefisien 0,112 dengan nilai positif, dengan $T - hitung$

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.10567>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

$(4,238) > t - \text{tabel } (2,0153)$ dan signifikan $(0,000) < (0,05)$. Dengan demikian, variabel Kompetensi Wirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha.

3. Hasil Uji Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel – variabel dependen dalam menjelaskan variasi independen amat terbatas. Nilai mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen. Berikut hasil uji R^2 dapat dilihat pada tabel dibawah:

Tabel 9.
Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.772(a)	.597	.544	1.93241

a Predictors: (Constant), Lokasi_Usaha, Kompetensi Wirausaha

b Dependent Variable: Keberhasilan_Usaha

Berdasarkan tabel 4.12, koefisien determinasi $0,544 \times 100\% = 54,4\%$. Artinya bahwa variabel *Lokasi Usaha* (X1), Kompetensi Wirausaha (X2) berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha (Y) sebesar 54,4%, sedangkan sisanya ($100\% - 54,4\% = 45,6\%$) di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan, diketahui bahwa variable Lokasi Usaha memiliki nilai t_{hitung} sebesar 4,783 sedangkan nilai t_{tabel} 2,0153 dengan Tingkat sig sebesar $0,00 > 0,05$ yang berarti tidak berpengaruh signifikan. Maka demikian dapat di artikan bahwa Lokasi Usaha tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Keberhasilan Usaha Toko Sitinjak Nauli. Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan, diketahui bahwa variable Kompetensi Wirausaha memiliki nilai t_{hitung} sebesar 4,238 sedangkan nilai t_{tabel} 2,0153 dengan Tingkat sig $0,000 < 0,05$ yang berarti berpengaruh signifikan. Maka demikian dapat di artikan bahwa Kompetensi Wirausaha tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha Toko Sitinjak Nauli.

Berdasarkan hasil pengujian uji F di dapat bahwa variabel Lokasi Usaha (X1), Kompetensi Usaha (X2), dan Keberhasilan Usaha (Y) memiliki nilai F_{hitung} sebesar 11,247 sedangkan nilai F_{tabel} 2,427 dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Sesuai dengan kaidah pengujian, artinya hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel Lokasi Usaha (X1), Kompetensi Usaha (X2), dan Keberhasilan Usaha (Y) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha.

Referensi

1. Adhi Kusumastuti, Ahmad Mustami Khoiron, Taofan Ali Achmadi. (2020). Fandy, Tjiptono, 2000. Manajemen Jasa, Edisi kedua Andy Offset, Yogyakarta.
2. Aditiya, N. Y., Evani, E. S., & Maghfiroh, S. (2023). *Konsep uji asumsi klasik pada regresi linier berganda*. 2(2), 102–110.
3. Afridhianika, A. N. (2025). *Strategi Pemasaran Digital Di Bidang Agribisnis Pertanian Perbaikan Daya Saing Produk Lokal*. 5, 2925–2932.
4. Alfianto, A., & Ilahi, A. (n.d.). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah*. 1(1), 27–40.
5. Clarissa, J., Kepercayaan, P., Penggunaan, K., Kepercayaan, P., Penggunaan, K., Keamanan, D. A. N., Minat, T., & Ulang, B. (2022). *DESA LAMA KECAMATAN PANCUR BATU SKRIPSI OLEH: PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MEDAN AREA MEDAN Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area OLEH :*
6. Grab, P., & Sma, B. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan*. 31(02), 60–76.
7. Gumilar, H., Nurcholisah, K., Pramono, I. P., Akuntansi, P., Ekonomi, F., & Islam, U. (n.d.). *Implementasi Digital Marketing pada UMKM di Kecamatan Lembang terhadap Tingkat Penjualan pada Masa Pandemi Covid-19*. 639–647.
8. Hartini, S., Syariah, E., Fasa, M. I., Syariah, E., & Syariah, E. (2022). *Volume 5 Nomor 1, Tahun 2022 DIGITAL MARKETING DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM*. 5, 197–206.
9. Hymy, B., Tanoto, S., Psi, S., Extn, M. C., Bisnis, J. M., & Petra, U. K. (2019). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT Hastaco Tour and Travel..*
10. Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
11. Khairani, E. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Sumut Syariah Kcp Marelan Raya Medan*

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.10567>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

- (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara)..
12. Latief, A. (2018). *Analisis Pengaruh Produk , Harga , Lokasi dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa)*. 7(1), 90–99.
 13. Lovelock, & WirtzLovelock, & W. (2018). *Manajemen Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi*.
 14. Maramis, Freckley, Steyfli dkk. (2018). "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Air Manado". *Jurnal EMBA Fakultas Ekonomi Universitas Sam Ratulangi Manado*. Vol 6, Nomor 3. ISSN 2303-1174.
 15. Majid, A., V, A. F., Oktavianti, A. E., Rista, M. A., & Santika, D. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan , Kualitas Produk dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Rocket Chicken Cabang Lamongan)*. 2, 214–226.
 16. Muchsin. (2017). Pengaruh Gaya Hidup terhadap Kepuasan Konsumen Blackberry di Kecamatan Dewantara Kabupaten Aceh Utara. *Jurnal Visioner & Strategis*, 6(1), 7.
 17. Pelanggan, K. (2022). *Transformasi Manageria Transformasi Manageria*. 2, 111–118. <https://doi.org/10.47476/manageria.v2i2.896>
 18. Pradiatiningtyas, D. (2015). *ANALISIS PERBEDAAN PENERAPAN MARKETING MIX DALAM MENINGKATAN PENJUALAN (KAJIAN TERHADAP BISNIS PERHOTELAN BINTANG DAN NON BINTANG DI YOGYAKARTA)*. VI(1), 35–44.
 19. Putri, L. A., & Said, M. I. (2023). *I ntelektiva*. 4(07), 34–50.
 20. Restianty, C., Widya, U., & Pontianak, D. (2021). *Bisma*, Vol 5. No 10, Februari 2021. 5(10), 2091–2102.
 21. Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, penerbit Alfabeta, Bandung
 22. Studi, P., Fakultas, M., Dan, E., & Magelang, U. M. (2022). *PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi Empiris Pada Atria Hotel Magelang*
 23. Tahun, P., & Halin, H. (2017). *Ecoment Global* 49. 2, 49–56.
 24. Tatangin, A. E., Ogi, I. W. ., & Loindong, S. S. R. (2017). Pengaruh Servicescape Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Mie Medan 99 Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2), 811–820.