Arus Jurnal
Psikologi dan Pendidikan (AJPP)
Website: http://jurnal.ardenjaya.com/index.php/ajpp
Email: jurnal.ajpp@ardenjaya.com

Pengaruh Lokasi Strategis dan Jam Operasional terhadap Volume Transaksi

INFO PENULIS

Yudha Eka Bagja Gumilar
Sekolah Tinggi Teknologi Wastukancana Purwakarta
yudha241151025@gmail.com

Ade Rahmat
Sekolah Tinggi Teknologi Wastukancana Purwakarta
aderahma3255@gmail.com

Seli Marlina
Sekolah Tinggi Teknologi Wastukancana Purwakarta
marlinaseli0110@gmail.com

INFO ARTIKEL

ISSN: 2963-8933
Vol. 5, No. 2 Juni 2026
http://jurnal.ardenjaya.com/index.php/ajpp

© 2026 Arden Jaya Publisher All rights reserved

Saran Penulisan Referensi:

Gumilar, Y. E. B., Rahmat, A., & Marlina, S. (2026). Pengaruh Lokasi Strategis dan Jam Operasional terhadap Volume Transaksi. *Arus Jurnal Psikologi dan Pendidikan (AJPP), 5*(2), 2213-2221.

Abstrak

Ketatnya persaingan di sektor ritel serta usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) mendorong pelaku usaha untuk lebih cermat memperhatikan aspek pemilihan lokasi dan pengaturan waktu layanan demi mendongkrak jumlah transaksi. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif asosiatif dengan alat analisis regresi linier berganda. Sebanyak 97 orang responden, yaitu pelanggan pada objek penelitian, dilibatkan sebagai sampel melalui teknik non-probability sampling berjenis purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner berskala Likert 1-5 yang sebelumnya telah lolos uji validitas dan reliabilitas, kemudian data diolah dengan bantuan SPSS versi 24. Pengujian validitas memperlihatkan bahwa seluruh butir pernyataan pada variabel Lokasi Strategis (X1), Jam Operasional (X2), dan Volume Transaksi (Y) dinyatakan valid karena nilai korelasi item-totalnya melampaui r tabel, sementara pengujian reliabilitas mencatat koefisien Cronbach's Alpha sebesar 0,938 untuk X1, 0,937 untuk X2, dan 0,871 untuk Y, yang semuanya tergolong sangat reliabel. Pengujian normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov dan Shapiro-Wilk mengonfirmasi bahwa data residual terdistribusi normal (Sig. > 0,05), dan tidak ditemukan indikasi multikolinearitas karena nilai Tolerance mendekati 1 serta VIF mendekati 1. Analisis regresi linier berganda menghasilkan koefisien korelasi (R) sebesar 0,653 dan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,426, yang mengindikasikan bahwa lokasi strategis dan jam operasional secara bersama-sama menjelaskan 42,6% variasi volume transaksi. Uji F memperoleh nilai F hitung 34,938 dengan taraf signifikansi 0,000 (< 0,05), menandakan kedua variabel bebas tersebut berpengaruh signifikan secara simultan terhadap volume transaksi. Secara parsial, baik lokasi strategis maupun jam operasional juga terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap volume transaksi. Temuan ini mengisyaratkan pentingnya bagi pelaku usaha untuk mengoptimalkan pemilihan lokasi strategis sekaligus menyesuaikan jam operasional dengan kebutuhan pelanggan agar volume transaksi dapat terus meningkat secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Lokasi Strategis, Jam Operasional, Volume Transaksi

Abstract

Growing competition within the retail sector and among micro, small, and medium enterprises (MSMEs) pushes business owners to pay closer attention to where they operate and when they serve customers, with the goal of maximizing the number of transactions completed. A quantitative associative design built around multiple linear regression was applied for this purpose. Ninety-seven customers of the object under study were recruited as respondents through purposive, non-probability sampling. Responses were gathered using a 1-5 Likert questionnaire whose validity and reliability had already been confirmed, and the resulting data were analyzed in SPSS version 24. Validity testing confirmed that every statement item under Strategic Location (X1), Operating Hours (X2), and Transaction Volume (Y) exceeded the r-table threshold, while reliability testing returned Cronbach's Alpha scores of 0.938, 0.937, and 0.871 for X1, X2, and Y respectively, all falling into the highly reliable range. Normality checks using Kolmogorov-Smirnov and Shapiro-Wilk confirmed that the residuals followed a normal distribution (Sig. > 0.05), and no multicollinearity was detected, given Tolerance values near 1 and VIF values likewise near 1. The regression model produced a correlation coefficient (R) of 0.653 and a coefficient of determination (R square) of 0.426, meaning strategic location and operating hours jointly account for 42.6% of the variation observed in transaction volume. An F-count of 34.938 with a significance level of 0.000 (< 0.05) confirmed that both independent variables exert a significant simultaneous influence on transaction volume, and separate testing showed each variable also carries a positive, significant effect on its own. Taken together, the findings suggest that business owners stand to gain by refining their choice of location and tailoring operating hours to customer needs, thereby sustaining growth in transaction volume over time.

Keywords: Strategic Location, Operating Hours, Transaction Volume

A. Pendahuluan

Sektor perdagangan ritel serta usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia terus berkembang pesat, tercermin dari kian banyaknya toko modern, minimarket, dan usaha jasa yang bermunculan baik di kawasan permukiman maupun kawasan komersial. Kondisi ini membuat pelaku usaha harus lebih jeli dalam merumuskan strategi bisnis, khususnya dalam menentukan lokasi usaha yang strategis dan menetapkan jam operasional yang selaras dengan pola aktivitas serta kebutuhan konsumen. Lokasi yang mudah diakses, tampak jelas dari jalan, dan berada di jalur lalu lintas padat diketahui dapat mendorong frekuensi kunjungan pelanggan sehingga pada akhirnya turut mengangkat volume transaksi (Fajri Machbub, 2024). Selain itu, jam operasional yang luwes dan disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan juga berperan penting dalam menjaga keberlangsungan transaksi harian sebuah usaha (Amanda Astri, 2024).

Kendati sejumlah penelitian sebelumnya secara konsisten memperlihatkan keterkaitan antara lokasi usaha dan kinerja penjualan, di lapangan masih dijumpai kesenjangan fenomena yang menarik untuk dicermati. Ada pelaku usaha yang sudah menempati lokasi strategis namun justru mengalami penurunan transaksi karena jam operasionalnya kaku dan tidak mengikuti kebutuhan konsumen, sehingga pelanggan akhirnya berpindah ke usaha lain yang menyediakan waktu layanan lebih luas (Safitri & Saharsini, 2023). Di sisi lain, ditemukan pula usaha yang membuka layanan dalam waktu lama namun tetap stagnan transaksinya karena lokasinya kurang strategis, sukar dijangkau, atau kurang terlihat. Fenomena ini mengindikasikan bahwa lokasi strategis dan jam operasional sesungguhnya saling berkaitan dan perlu ditelaah pengaruhnya secara bersamaan terhadap volume transaksi agar diperoleh pemahaman yang lebih utuh. (Rahmadania & Tihar, 2024)

Berangkat dari fenomena tersebut, persoalan yang diangkat dalam penelitian ini adalah belum tercapainya volume transaksi secara optimal pada objek penelitian, kendati faktor lokasi dan jam operasional sebenarnya sudah menjadi perhatian pelaku usaha. (Septiandika et al., 2025). Muncul pertanyaan seberapa jauh lokasi strategis dan jam operasional, baik secara terpisah maupun bersama-sama, dapat menjelaskan variasi volume transaksi yang terjadi. Jawaban atas persoalan ini perlu digali secara empiris melalui pendekatan kuantitatif, agar pelaku usaha memiliki bukti ilmiah yang bisa dijadikan pijakan dalam mengambil keputusan strategis, bukan semata-mata mengandalkan intuisi bisnis. (Pande Irvan, 2020)

Penelusuran terhadap literatur sebelumnya memperlihatkan masih adanya celah riset yang layak ditindaklanjuti. Kebanyakan studi terdahulu lebih banyak menyoroti pengaruh lokasi usaha terhadap pendapatan atau keputusan pembelian secara terpisah (Al Hamid et al., 2022; Nor & Sumarni, 2023), sedangkan kajian yang secara spesifik mengaitkan jam operasional dengan volume transaksi masih relatif sedikit dan cenderung berfokus pada kepuasan pelanggan (Retno et al., 2019) ketimbang dampaknya terhadap jumlah transaksi secara kuantitatif. Di samping itu, model regresi linier berganda yang menguji

lokasi strategis bersama jam operasional terhadap volume transaksi secara utuh, lengkap dengan uji instrumen, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis, masih jarang dijumpai dalam satu penelitian yang komprehensif. (Astawa I Nyoman, 2019)

Kebaruan penelitian ini terletak pada upaya memadukan dua variabel bebas, yakni lokasi strategis dan jam operasional, ke dalam satu model regresi linier berganda guna memprediksi volume transaksi, yang dilengkapi dengan pengujian instrumen (validitas dan reliabilitas), uji asumsi klasik (normalitas dan multikolinearitas), serta uji hipotesis (uji t dan uji F) secara menyeluruh berdasarkan data primer yang dikumpulkan langsung dari lapangan. Urgensi kajian ini semakin nyata mengingat persaingan usaha yang kian sengit menuntut pelaku usaha mengambil keputusan strategis berbasis data (data-driven decision making), bukan sekadar mengandalkan asumsi. Melalui pemahaman empiris atas besarnya kontribusi lokasi strategis dan jam operasional terhadap volume transaksi, pelaku usaha diharapkan mampu merancang strategi operasional yang lebih tepat sasaran demi memperkuat daya saing dan menjaga keberlangsungan usaha di tengah dinamika pasar yang terus bergerak. (Dewi Made, 2023; Setia Prayoga et al., 2025)

Penelitian Terdahulu

Tabel berikut memuat rangkuman studi-studi terdahulu yang relevan dengan tema lokasi strategis, jam operasional, dan volume transaksi/penjualan, yang menjadi landasan dalam menyusun kerangka berpikir dan hipotesis penelitian ini.

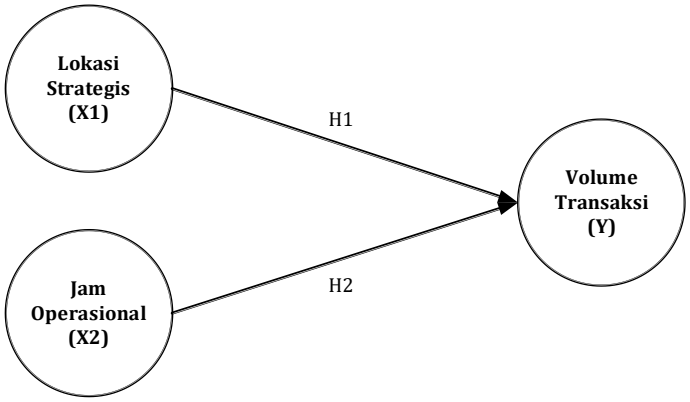
Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Judul Artikel	Nama Jurnal	Tahun	Vol/No	Paradigma	Hipotesis
1	Nuritha, Bukhori, & Retnani (2013)	Identifikasi Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Tingkat Keberhasilan Usaha Minimarket Waralaba di Kabupaten Jember dengan Sistem Informasi Geografis	Jurnal Sainstek Unej	2013	Vol. 1, No. 1	Kuantitatif asosiatif	Lokasi usaha berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha
2	Al Hamid, Rumui, Kurnia, & Mutia (2022)	Analisis Perbandingan Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Penjualan Pada Pasar Kelapa Dua Dan Pasar Thumburuni Fakfak	Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan	2022	Vol. 2, No. 1 (171-181)	Kuantitatif komparatif	Lokasi usaha berpengaruh signifikan terhadap penjualan
3	Fadhlani (2017)	Pengaruh Modal Kerja, Lama Usaha, Jam Kerja dan Lokasi Usaha terhadap Pendapatan Monza di Pasar Simalingkar Medan	Visioner & Strategis	2017	Vol. 6 (111-126)	Kuantitatif asosiatif	Jam kerja dan lokasi usaha berpengaruh terhadap pendapatan
4	Fure (2013)	Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Minat Beli pada Pasar	Jurnal EMBA	2013	Vol. 1, No. 3 (273-283)	Kuantitatif asosiatif	Lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat beli

No	Penulis	Judul Artikel	Nama Jurnal	Tahun	Vol/No	Paradigma	Hipotesis
		Tradisional Bersehati Calaca					
5	Nor & Sumarni (2023)	Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ritel Modern Studi Pada Mini Market Borneo Tabalong	JAPB (Jurnal Akuntansi dan Pembangunan Berkelanjutan)	2023	Vol. 6, No. 2 (600-611)	Kuantitatif asosiatif	Lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian
6	Noviyanti, Sunarsi, & Wijoyo (2021)	Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Cabang Cipondoh	Journal of Economic, Management, Accounting and Technology	2021	Vol. 4, No. 1 (43-54)	Kuantitatif asosiatif	Lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian
7	Megawati & Marlina (2020)	Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Podo Joyo	Performa: Jurnal Manajemen dan Star-Up Bisnis	2020	Vol. 5, No. 2	Kuantitatif asosiatif	Lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian
8	Nurjanana, Jiuhardi, Wijaya, Kustiawan, & Kurniawan A. (2023)	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang	Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi	2023	Vol. 25, No. 2 (342-357)	Kuantitatif asosiatif	Lokasi dan jam kerja berpengaruh terhadap pendapatan pedagang
9	Eni & Ari (2025)	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penurunan Penjualan pada Usaha Fotokopi	Riset Manajemen dan Akuntansi	2025	Vol. 16, No. 2	Kuantitatif deskriptif	Jam operasional berpengaruh terhadap kepuasan dan potensi transaksi pelanggan
10	Al Hamid, Ekawati (2019)	Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Minat Pembelian Konsumen	Jurnal Akuntansi Terapan	2019	Vol. 1	Kuantitatif asosiatif	Lokasi usaha berpengaruh terhadap minat pembelian
11	Zaini (2015)	Meneladani Etos Kerja Rasulullah SAW	Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam	2015	Vol. 3, No. 1	Kualitatif deskriptif	Etos kerja termasuk konsistensi waktu kerja memengaruhi keberhasilan usaha

No	Penulis	Judul Artikel	Nama Jurnal	Tahun	Vol/No	Paradigma	Hipotesis
12	Rustam & Ramlan (2021)	Meningkatkan Hasil Belajar Matematika Melalui Model Kooperatif Tipe Scramble dengan Pendekatan Contextual Teaching and Learning	Almufi Journal of Measurement, Assessment, and Evaluation Education	2021	Vol. 1, No. 1 (1-7)	Penelitian tindakan kelas	Model pembelajaran kooperatif meningkatkan hasil belajar (rujukan metodologis)

Paradigma



B. Metodologi

Objek dan Subjek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah usaha ritel/UMKM yang menjadi lokasi kajian, sementara subjeknya adalah para pelanggan atau konsumen yang pernah bertransaksi di tempat usaha tersebut. Riset ini dirancang dengan pendekatan kuantitatif berdesain asosiatif kausal guna mengungkap pengaruh lokasi strategis (X1) dan jam operasional (X2) terhadap volume transaksi (Y).

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini mencakup seluruh pelanggan objek penelitian yang jumlah pastinya tidak diketahui (infinite population). Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik non-probability sampling jenis purposive sampling, di mana responden dipilih berdasarkan kriteria tertentu, salah satunya pernah bertransaksi paling sedikit dua kali dalam tiga bulan terakhir. Dari hasil pengumpulan data primer, terkumpul 97 responden yang datanya berhasil diolah dan telah memenuhi ambang batas minimal sampel untuk analisis regresi linier berganda.

Definisi Operasional Variabel

Tabel 2. Definisi Operasional Variable

Variabel	Definisi Operasional	Keterangan
Lokasi Strategis (X1)	Penempatan usaha pada tempat yang mudah diakses, memiliki visibilitas tinggi, berada pada jalur lalu lintas ramai, serta didukung lingkungan yang aman dan nyaman bagi konsumen.	10 indikator, skala Likert 1-5
Jam Operasional (X2)	Rentang waktu usaha membuka layanan kepada pelanggan, mencakup ketepatan waktu buka-tutup, konsistensi, dan fleksibilitas penyesuaian kebutuhan pelanggan.	10 indikator, skala Likert 1-5
Volume Transaksi (Y)	Jumlah keseluruhan transaksi penjualan yang terjadi dalam periode tertentu, mencakup frekuensi, nilai, dan pencapaian target transaksi.	10 indikator, skala Likert 1-5

Variabel Penelitian dan Instrumen

Pengukuran setiap variabel penelitian dilakukan melalui kuesioner tertutup berskala Likert, mulai dari 1 (Sangat Tidak Setuju) hingga 5 (Sangat Setuju). Indikator beserta item pertanyaan untuk masing-masing variabel disajikan pada bagian berikut.

Tabel 3. Variabel Lokasi Strategis (X1)

No	Indikator	Item Pertanyaan
X1_1	Aksesibilitas	Lokasi usaha ini mudah dijangkau dari berbagai arah.
X1_2	Visibilitas	Lokasi usaha ini mudah terlihat dari jalan utama.
X1_3	Lalu lintas (traffic)	Lokasi usaha ini berada di jalur yang dilalui banyak orang setiap harinya.
X1_4	Kedekatan dengan pusat aktivitas	Lokasi usaha ini dekat dengan pusat keramaian/aktivitas masyarakat.
X1_5	Ketersediaan lahan parkir	Lokasi usaha ini menyediakan lahan parkir yang memadai.
X1_6	Keamanan lingkungan	Lingkungan sekitar lokasi usaha ini terasa aman.
X1_7	Kenyamanan lingkungan	Lingkungan sekitar lokasi usaha ini nyaman untuk dikunjungi.
X1_8	Kedekatan dengan target pasar	Lokasi usaha ini dekat dengan tempat tinggal/aktivitas saya sehari-hari.
X1_9	Kondisi persaingan sekitar	Keberadaan usaha sejenis di sekitar lokasi ini tidak mengurangi minat saya berkunjung.
X1_10	Potensi perkembangan lokasi	Lokasi usaha ini berada di kawasan yang terus berkembang.

Tabel 4. Variabel Jam Operasional (X2)

No	Indikator	Item Pertanyaan
X2_1	Lama jam buka	Usaha ini memiliki jam buka yang cukup panjang dalam sehari.
X2_2	Kesesuaian dengan kebutuhan	Jam operasional usaha ini sesuai dengan waktu luang saya untuk berbelanja.
X2_3	Konsistensi jam buka	Usaha ini konsisten buka sesuai jadwal yang telah ditetapkan.
X2_4	Ketepatan waktu buka	Usaha ini selalu buka tepat waktu sesuai jam yang diinformasikan.
X2_5	Ketepatan waktu tutup	Usaha ini tidak tutup lebih awal dari jadwal yang diinformasikan.
X2_6	Pelayanan di jam sibuk	Pelayanan tetap optimal meskipun pada jam-jam ramai pengunjung.
X2_7	Fleksibilitas hari libur	Usaha ini tetap buka pada akhir pekan/hari libur.
X2_8	Informasi jam operasional	Informasi mengenai jam operasional usaha ini jelas dan mudah diketahui.
X2_9	Kesiapan layanan sejak buka	Layanan sudah siap sepenuhnya sejak jam buka dimulai.
X2_10	Penyesuaian jam saat dibutuhkan	Usaha ini bersedia menyesuaikan/memperpanjang jam operasional saat dibutuhkan pelanggan.

Tabel 4. Variabel Volume Transaksi (Y1)

No	Indikator	Item Pertanyaan
Y_1	Jumlah transaksi harian	Saya melakukan transaksi di tempat ini cukup sering dalam sebulan terakhir.
Y_2	Frekuensi kunjungan	Saya berkunjung ke tempat ini secara rutin.
Y_3	Nilai rata-rata transaksi	Nilai transaksi yang saya lakukan di tempat ini cenderung meningkat.
Y_4	Pelanggan baru	Saya mengenal/mengajak orang lain untuk bertransaksi di tempat ini.
Y_5	Pelanggan tetap/berulang	Saya berencana untuk terus bertransaksi di tempat ini ke depannya.
Y_6	Peningkatan penjualan	Saya merasa jumlah pembelian saya di tempat ini meningkat dari waktu ke waktu.

No	Indikator	Item Pertanyaan
Y_7	Jumlah item per transaksi	Saya cenderung membeli lebih dari satu jenis produk/layanan setiap kali bertransaksi.
Y_8	Konversi kunjungan menjadi transaksi	Setiap kali saya berkunjung, saya hampir selalu melakukan transaksi.
Y_9	Pencapaian target belanja	Saya berhasil memenuhi kebutuhan belanja saya setiap kali bertransaksi di tempat ini.
Y_10	Stabilitas transaksi	Intensitas transaksi saya di tempat ini relatif stabil dari bulan ke bulan.

Teknik Analisis Data

Pengolahan data yang telah terkumpul dilakukan dengan bantuan SPSS versi 24 melalui beberapa tahap, yaitu: (1) uji validitas menggunakan teknik korelasi Pearson Product Moment (item-total correlation); (2) uji reliabilitas dengan koefisien Cronbach's Alpha; (3) uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas (Kolmogorov-Smirnov dan Shapiro-Wilk) serta uji multikolinearitas (Tolerance dan VIF); (4) analisis regresi linier berganda; dan (5) pengujian hipotesis melalui uji t (parsial) dan uji F (simultan) pada taraf signifikansi 5%.

C. Hasil dan Pembahasan

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji instrumen dilakukan atas data primer yang bersumber dari 97 responden. Melalui teknik korelasi Pearson Product Moment, diperoleh nilai korelasi item-total (corrected item-total correlation) pada variabel Lokasi Strategis (X1) yang berada pada rentang 0.736 - 0.847, variabel Jam Operasional (X2) pada rentang 0.761 - 0.823, dan variabel Volume Transaksi (Y) pada rentang 0.559 - 0.759. Mengingat jumlah responden sebanyak 97 (df = 95) pada taraf signifikansi 5%, nilai r tabel berada di kisaran 0,199-0,200, sehingga seluruh item pada ketiga variabel dinyatakan valid karena nilai korelasinya melampaui r tabel tersebut.

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas

Variabel	N	Rentang Korelasi Item-Total	Cronbach's Alpha	Keterangan
Lokasi Strategis (X1)	97	0.736 - 0.847	0.938	Valid & Sangat Reliabel
Jam Operasional (X2)	97	0.761 - 0.823	0.937	Valid & Sangat Reliabel
Volume Transaksi (Y)	97	0.559 - 0.759	0.871	Valid & Reliabel

Pengujian reliabilitas mencatat koefisien Cronbach's Alpha sebesar 0.938 pada variabel X1, 0.937 pada variabel X2, dan 0.871 pada variabel Y. Merujuk pada kriteria yang dikemukakan Ghozali (2018), nilai Cronbach's Alpha di atas 0,70 sudah tergolong reliabel, sehingga seluruh instrumen pada penelitian ini dapat dikategorikan sangat reliabel dan layak dipakai untuk pengumpulan data selanjutnya.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Pengujian normalitas atas nilai residual model regresi menghasilkan statistik Kolmogorov-Smirnov sebesar 0.056 dengan signifikansi 0.200, sementara statistik Shapiro-Wilk tercatat 0.989 dengan signifikansi 0.618. Karena kedua angka signifikansi tersebut berada di atas 0,05, data residual dapat disimpulkan berdistribusi normal, yang berarti model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

Pada uji multikolinearitas, nilai Tolerance untuk variabel X1 dan X2 tercatat masing-masing 0.9997 dan 0.9997, sedangkan nilai VIF (Variance Inflation Factor) masing-masing sebesar 1.0003 dan 1.0003. Tolerance yang mendekati angka 1 serta VIF yang jauh di bawah batas toleransi 10 menandakan tidak adanya gejala multikolinearitas antara Lokasi Strategis dan Jam Operasional, sehingga kedua variabel bebas ini layak dimasukkan bersama-sama ke dalam satu model regresi.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk menguji pengaruh Lokasi Strategis (X1) dan Jam Operasional (X2) terhadap Volume Transaksi (Y), digunakan analisis regresi linier berganda. Hasil pengolahan datanya disajikan berturut-turut pada tabel Model Summary, ANOVA, dan Coefficients di bawah ini.

Tabel 6. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0.653	0.426	0.414	0.497

Koefisien korelasi (R) sebesar 0.653 mengindikasikan hubungan yang tergolong kuat antara lokasi strategis dan jam operasional secara bersama-sama dengan volume transaksi. Sementara itu, koefisien determinasi (R Square) sebesar 0.426 memperlihatkan bahwa 42,6% variasi volume transaksi dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut, sedangkan sisanya, yakni 57,4%, dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini, misalnya kualitas pelayanan, harga, promosi, dan keragaman produk.

Tabel 7. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Sumber	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regresi	17.269	2	8.635	34.938	0.000
Residual	23.231	94	0.247		

Pengujian F menghasilkan F hitung sebesar 34.938 dengan signifikansi 0.000 ($p < 0,05$). Karena F tabel pada df1 = 2 dan df2 = 94 bernilai kurang lebih 3,09, maka F hitung terbukti lebih besar dari F tabel, sehingga H3 dinyatakan diterima, yaitu lokasi strategis dan jam operasional secara simultan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap volume transaksi.

Tabel 8. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	1.055	0.298	-	3.545	0.001
Lokasi Strategis (X1)	0.359	0.057	0.407	5.208	0.000
Jam Operasional (X2)	0.407	0.055	0.457	6.568	0.000

Mengacu pada tabel Coefficients di atas, persamaan regresi linier berganda yang terbentuk adalah: Y = 1.055 + 0.359X1 + 0.407X2 + e. Konstanta sebesar 1.055 mengartikan bahwa sekalipun lokasi strategis dan jam operasional bernilai nol, volume transaksi tetap berada pada titik dasar sebesar 1.055.

Hasil Uji Hipotesis

Untuk variabel Lokasi Strategis (X1), uji t menghasilkan koefisien regresi (B) sebesar 0.359, t hitung 5.208, dan signifikansi 0.000 ($p < 0,05$). Karena t tabel pada df = 94 bernilai kurang lebih 1,986, maka t hitung berada di atas t tabel sehingga H1 diterima, yang berarti lokasi strategis berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume transaksi. Temuan ini sejalan dengan penelitian Nuritha, Bukhori, dan Retnani (2013) serta Nor dan Sumarni (2023), yang sama-sama membuktikan bahwa lokasi usaha yang strategis nyata-nyata mampu mendorong peningkatan aktivitas transaksi konsumen.

Sementara itu, uji t untuk variabel Jam Operasional (X2) memperlihatkan koefisien regresi (B) sebesar 0.407, t hitung 6.568, dan signifikansi 0.000 ($p < 0,05$), sehingga t hitung melampaui t tabel dan H2 diterima, yaitu jam operasional berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume transaksi. Koefisien Beta (standardized coefficient) pada variabel X2 tercatat 0.457, sedikit lebih tinggi dibandingkan Beta variabel X1 sebesar 0.407, yang mengisyaratkan bahwa dalam penelitian ini jam operasional menyumbang kontribusi relatif lebih besar dibandingkan lokasi strategis terhadap kenaikan volume transaksi. Hasil ini selaras dengan penelitian Eni dan Ari (2025) yang menegaskan bahwa penyesuaian waktu layanan terhadap kebutuhan pelanggan sangat menentukan kelangsungan transaksi harian sebuah usaha.

Secara umum, signifikansi uji F (Sig. = 0,000) yang diiringi nilai R Square sebesar 0,426 menegaskan bahwa model regresi yang dibangun cukup memadai dalam menjelaskan variasi volume transaksi. Temuan ini semakin mengukuhkan pandangan bahwa strategi pemilihan lokasi dan pengaturan jam layanan bukanlah dua unsur yang berdiri sendiri-sendiri, melainkan saling melengkapi dalam mendongkrak intensitas transaksi. Lokasi yang strategis tanpa diimbangi jam operasional yang sesuai kebutuhan pelanggan berisiko kehilangan momentum transaksi, sebagaimana jam operasional yang panjang pun tidak akan optimal menjaring pelanggan apabila lokasinya sulit dijangkau.

D. Kesimpulan

Mengacu pada hasil analisis data dan pembahasan di atas, dapat ditarik beberapa simpulan berikut: (1) lokasi strategis memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap volume transaksi, artinya semakin strategis lokasi sebuah usaha, semakin besar pula volume transaksi yang bisa diraih; (2) jam operasional memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap volume transaksi, artinya kesesuaian dan keluwesan waktu layanan turut menentukan tingginya intensitas transaksi pelanggan; dan (3) secara simultan, lokasi strategis dan jam operasional memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap volume transaksi dengan kontribusi sebesar 42,6%, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini.

Saran

Bertolak dari simpulan tersebut, terdapat beberapa saran yang dapat dikemukakan. Pertama, pelaku usaha disarankan untuk terus mengevaluasi dan menyempurnakan pemilihan lokasi usahanya dengan memperhatikan kemudahan akses, tingkat visibilitas, dan kedekatan dengan target pasar agar potensi

transaksi dapat dimaksimalkan. Kedua, pelaku usaha perlu secara rutin meninjau ulang dan menyesuaikan jam operasional dengan pola kebutuhan pelanggan, termasuk mempertimbangkan perpanjangan waktu layanan pada momen-momen tertentu yang berpeluang mendongkrak transaksi. Ketiga, peneliti selanjutnya disarankan menambahkan variabel lain, seperti kualitas pelayanan, harga, promosi, dan citra usaha, ke dalam model penelitian, mengingat lokasi strategis dan jam operasional pada penelitian ini baru menjelaskan 42,6% variasi volume transaksi, sehingga masih terbuka ruang yang luas untuk dijelaskan oleh faktor-faktor lainnya.

E. Referensi

Amanda Astri. (2024). *Analisis Pengaruh Penggunaan Aplikasi Go Food Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UMKM Kuliner di Jakarta Pusat*.

Astawa I Nyoman. (2019). *PENGARUH MODAL SENDIRI DAN LOKASI USAHA TERHADAP PENDAPATAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) DI KABUPATEN TABANAN*.

Dewi Made. (2023). *PENGARUH CURAHAN JAM KERJA, MODAL USAHA, DAN PEMANFAATAN TEKNOLOGI TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG DI PASAR KRENENG*.

Fajri Machbub. (2024). *PENGARUH FAKTOR PEMILIHAN LOKASI TERHADAP VOLUME PENJUALAN (Studi pada usaha ritel dijalan alternatif Wonosobo II)*.

Pande Irvan. (2020). *PENGARUH JAM KERJA, JENIS DAGANGAN, DAN LOKASI USAHA TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG DI PASAR DESA PAKRAMAN PADANGSAMBIAN*.

Rahmadania, K., & Tihar, A. (2024). *ANALISIS FAKTOR PENENTU PENDAPATAN UMKM DI KABUPATEN BOGOR SELAMA PERIODE PEMULIHAN EKONOMI ANALYSIS OF THE DETERMINANTS OF UMKM INCOME IN BOGOR DISTRICT DURING THE ECONOMIC RECOVERY PERIOD*.

Retno, D., Tyas, N., & Jember, I. M. (2019). *PENGARUH JAM KERJA DAN JENIS DAGANGAN DENGAN LOKASI USAHA SEBAGAI VARIABEL MODERATING TERHADAP PENDAPATAN*.

Safitri, N. H., & Saharsini, A. (2023). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENDAPATAN PEDAGANG PASAR SUNGGINGAN BOYOLALI* (Vol. 7, Number 2).

Septiandika, V., Ulva, N., Devi, K., & Hidayatullah, M. R. (2025). *Pengaruh Lokasi Usaha dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan UMKM Dalam Kegiatan Car Free Day: Studi Kasus Kegiatan Car Free Day Kraksaan Kabupaten Probolinggo*. https://jurnal.jomparnd.com/index.php/jp

Setia Prayoga, D., Abdul, I., & Dai, I. S. (2025). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENDAPATAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) KOTA GORONTALO*. https://ejurnal.ung.ac.id/index.php/jsep