

ANALISIS LOKASI USAHA JASA PADA PT TUNASJAYA MEKARARMADA YOGYAKARTA MENURUT PERSEPSI KONSUMEN

Galih Anjasmoro

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Analisis Lokasi Usaha jasa PT Tunasjaya Mekararmada Yogyakarta Menurut Persepsi Konsumen. Jenis penelitian ini menggunakan metode analisis data deskriptif kuantitatif dengan metode perolehan data kuesioner dan observasi. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *nonprobability sampling* dengan teknik *Purposive Sampling*. Responden yang digunakan adalah 60 konsumen dari hasil perhitungan rumus Slovin. Analisis data penelitian ini diolah menggunakan SPSS versi 22 *for Windows*. Hasil penelitian ini menggunakan *arithmetic mean* yang menunjukkan bahwa hasil rata-rata indikator akses sebesar 3,96, indikator tempat parkir sebesar 3,80, indikator visibilitas sebesar 3,65, indikator kompetisi sebesar 3,74. Secara keseluruhan penilaian lokasi pada PT Tunasjaya Mekararmada Yogyakarta memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,79 masuk dalam kategori setuju. Di dalam penelitian ini terdapat indikator yang paling kecil yakni indikator visibilitas yang menunjukkan persepsi konsumen terhadap visibilitas dealer masih perlu ditingkatkan.

Kata Kunci: *Lokasi, Usaha Jasa, Persepsi Konsumen*

22/11/21


**ANALYSIS OF SERVICE BUSINESS LOCATION AT PT TUNASJAYA
MEKARARMADA YOGYAKARTA BASED ON CONSUMER'S
PERCEPTION**

Galih Anjasmoro

Abstract

This study aims to determine how the analysis of the location of the service business of PT Tunasjaya Mekararmada Yogyakarta according to consumer perceptions. This type of research uses descriptive quantitative data analysis method with questionnaire and observation data acquisition methods. The technique used in sampling is non-probability sampling with purposive sampling technique. Respondents used were 60 consumers from the results of the calculation of the Slovin formula. Analysis of the research data was processed using SPSS version 22 for Windows. The results of this study use the arithmetic mean which shows that the average result of the access indicator is 3.96, the parking space indicator is 3.80, the visibility indicator is 3.65, the competition indicator is 3.74. Overall, the location assessment at PT Tunasjaya Mekararmada Yogyakarta obtained an average score of 3.79 in the agree category. In this study there is the smallest indicator, namely the visibility indicator which shows consumer perceptions of dealer visibility still need to be improved.

Keyword: Location, Service Business, Consumer Perception