



## Analisis Penentuan Lokasi Optimal untuk Bisnis Kebab di Kota Tarakan

Nurul Hidayat<sup>1</sup>, Maya<sup>2\*</sup>, Indra Laksamana Putra<sup>3</sup>, Lusi Pasorong<sup>4</sup>

<sup>1-4</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Borneo Tarakan, Indonesia

[nurul.hidayat8910@gmail.com](mailto:nurul.hidayat8910@gmail.com)<sup>1</sup>, [mymay2918@gmail.com](mailto:mymay2918@gmail.com)<sup>2</sup>, [laksamanaputraindra0@gmail.com](mailto:laksamanaputraindra0@gmail.com)<sup>3</sup>

[lusipasorong23@gmail.com](mailto:lusipasorong23@gmail.com)<sup>4</sup>

Alamat: Jl. Amal Lama No. 1, Kota Tarakan, Kalimantan Utara, Indonesia

Korespondensi penulis: [mymay2918@gmail.com](mailto:mymay2918@gmail.com)\*

**Abstract.** Location selection is a crucial factor that influences business success, especially in the culinary sector, which is characterized by high competition. This study aims to analyze and determine the most optimal location to establish a kebab business in Tarakan City using the quantitative Factor Rating method with the assistance of POM-QM for Windows software. The two locations compared in this study are Taman Berlabuh and Gitajalatama, based on seven main criteria: proximity to residential areas, rental costs, level of competition, availability of parking space, proximity to suppliers, security, and building condition. Each criterion was assigned a weight based on its level of importance, and each location was rated using a Likert scale, with the scores multiplied by the respective weights to obtain a total weighted score. The results show that Taman Berlabuh achieved a total weighted score of 406, higher than Gitajalatama's score of 350, making it the most optimal location for a kebab business in Tarakan City. This study is expected to provide practical benefits for entrepreneurs and academic contributions in the field of operations management, particularly in strategic decision-making for business location selection.

**Keywords:** Location Selection, Kebab Business, Factor Rating, POM-QM, Tarakan City.

**Abstrak.** Penentuan lokasi usaha merupakan salah satu aspek krusial yang memengaruhi keberhasilan bisnis, terutama dalam sektor kuliner yang memiliki tingkat persaingan tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menentukan lokasi paling optimal untuk mendirikan bisnis kebab di Kota Tarakan menggunakan metode kuantitatif Factor Rating dengan bantuan perangkat lunak POM-QM for Windows. Dua lokasi yang dibandingkan dalam penelitian ini adalah Taman Berlabuh dan Gitajalatama, dengan mempertimbangkan tujuh kriteria utama, yaitu kedekatan dengan pemukiman, harga sewa, jumlah persaingan, ketersediaan lahan parkir, kedekatan dengan supplier, keamanan, dan kondisi bangunan. Setiap kriteria diberikan bobot berdasarkan tingkat kepentingannya, kemudian masing-masing lokasi dinilai menggunakan skala Likert, dan skor dikalikan dengan bobot untuk memperoleh total skor tertimbang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Taman Berlabuh memiliki total skor tertimbang sebesar 406, lebih tinggi dibandingkan Gitajalatama yang memperoleh skor 350, sehingga dinyatakan sebagai lokasi paling optimal untuk bisnis kebab di Kota Tarakan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis bagi pelaku usaha serta kontribusi akademik dalam bidang manajemen operasi, khususnya dalam pengambilan keputusan strategis lokasi usaha.

**Kata kunci:** Penentuan lokasi, bisnis kebab, factor rating, POM-QM, Kota Tarakan.

### 1. LATAR BELAKANG

Kebab merupakan salah satu makanan khas Turki yang telah populer di Indonesia sejak tahun 2017 hingga 2024. Makanan ini terbuat dari daging yang dibumbui dan dipanggang di atas roti pipih. Kebab dapat disajikan dengan berbagai macam topping, seperti sayuran, keju, dan saus. Pesatnya perkembangan dunia bisnis di era globalisasi saat ini menuntut para pelaku usaha untuk terus berpikir kreatif dan inovatif dalam menyusun strategi agar dapat menarik lebih banyak konsumen serta mempertahankan kelangsungan bisnis mereka. Keberadaan dalam dunia bisnis sangat berpengaruh terhadap pencapaian pertumbuhan tertentu. Hill et al. (2014:6) menyatakan bahwa globalisasi mencerminkan transformasi ekonomi dunia yang

semakin terintegrasi dan saling bergantung. Oleh karena itu, pelaku bisnis dituntut untuk memiliki pemikiran yang kreatif, inovatif, serta mampu mengikuti dinamika zaman. Kebab memiliki banyak penggemar di Indonesia, terutama di kalangan anak muda. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya gerai kebab yang tersebar di berbagai kota di Indonesia. Namun, persaingan bisnis kebab juga semakin ketat seiring dengan menjamurnya gerai kebab baru. Oleh karena itu, diperlukan strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan volume penjualan toko kebab. Strategi pemasaran yang tepat dapat membantu toko kebab untuk menarik perhatian konsumen dan meningkatkan daya saingnya. Menurut Kotler dan Keller (2020: 78),

Kota Tarakan, sebagai ibu kota Provinsi Kalimantan Utara, tengah mengalami pertumbuhan ekonomi yang signifikan. Pertumbuhan ini didorong oleh berbagai faktor, termasuk perkembangan sektor pertambangan, perikanan, dan perdagangan, yang menarik migrasi penduduk dari berbagai daerah di Indonesia. Konsekuensinya, Kota Tarakan mengalami peningkatan jumlah penduduk dan mobilitas masyarakat yang cukup tinggi. Kondisi ini menciptakan pasar yang dinamis dan kompetitif, khususnya di sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), termasuk industri kuliner. Salah satu jenis makanan yang populer dan memiliki potensi pasar yang besar di Kota Tarakan adalah kebab. Kebab, dengan variasi rasa dan harga yang beragam, mampu mengakomodasi berbagai segmen pasar, mulai dari kalangan menengah bawah hingga menengah atas. Kepopuleran kebab juga dipengaruhi oleh faktor kepraktisan dan mobilitas masyarakat modern yang cenderung memilih makanan yang mudah dikonsumsi dan dibawa bepergian. Namun, keberhasilan bisnis kebab di Kota Tarakan tidak hanya bergantung pada kualitas produk dan strategi pemasaran yang efektif, tetapi juga pada pemilihan lokasi usaha yang strategis. Pemilihan lokasi yang tepat merupakan faktor krusial dalam menentukan keberhasilan sebuah bisnis, khususnya bisnis kuliner seperti kebab. Lokasi yang strategis akan memberikan aksesibilitas yang mudah bagi konsumen, meningkatkan visibilitas usaha, dan meminimalkan biaya operasional. Sebaliknya, lokasi yang kurang strategis dapat mengakibatkan rendahnya penjualan, peningkatan biaya operasional, dan bahkan kegagalan bisnis. Oleh karena itu, diperlukan analisis yang cermat dan terukur untuk menentukan lokasi optimal bagi bisnis kebab di Kota Tarakan.

POM-QM (Production and Operations Management – Quantitative Methods) adalah sebuah perangkat lunak untuk produksi/manajemen operasi, kuantitatif metode, manajemen ilmu pengetahuan, dan operasi penelitian. Analisis penentuan lokasi optimal ini akan menggunakan metode Programming Optimization Model (POM). POM dipilih karena kemampuannya dalam memodelkan dan menyelesaikan permasalahan optimasi lokasi secara kuantitatif, dengan mempertimbangkan berbagai faktor yang relevan. Faktor-faktor tersebut

meliputi kepadatan penduduk, daya beli masyarakat, tingkat persaingan bisnis, aksesibilitas lokasi (jarak dari pusat kota, akses jalan, dan fasilitas umum), ketersediaan lahan, dan biaya sewa atau pembelian lahan. Dengan menggunakan POM, diharapkan dapat diperoleh solusi lokasi yang paling optimal, yang memaksimalkan keuntungan dan meminimalkan risiko kerugian. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi pengembangan bisnis kebab di Kota Tarakan. Hasil analisis akan memberikan rekomendasi lokasi yang paling strategis bagi para pelaku usaha kebab, sehingga dapat meningkatkan efisiensi operasional dan profitabilitas usaha. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan wawasan bagi para peneliti dan akademisi di bidang manajemen operasi dan optimasi lokasi. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis bagi pelaku usaha dan manfaat teoritis bagi pengembangan ilmu pengetahuan. Lebih lanjut, pemahaman yang mendalam tentang penentuan lokasi optimal dapat membantu mengurangi risiko kegagalan usaha dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi Kota Tarakan.

Dalam penelitian ini, penentuan lokasi dilakukan menggunakan metode Factor Rating. Metode ini merupakan salah satu teknik yang digunakan untuk memilih lokasi terbaik berdasarkan sejumlah faktor yang telah ditentukan sesuai dengan kebutuhan dan preferensi (Dian, A. R., 2020). Menurut Haizer dan Barry (2020), metode Factor Rating atau metode pembobotan faktor merupakan pendekatan yang umum digunakan, karena mencakup berbagai faktor yang dapat dianalisis secara objektif. Metode ini dianggap sebagai salah satu cara paling efektif dalam pengambilan keputusan lokasi, sebab mempertimbangkan berbagai faktor penting. Masing-masing alternatif lokasi akan dievaluasi berdasarkan bobot dari setiap faktor tersebut, hingga akhirnya diperoleh keputusan yang paling optimal (Young, 2009). Metode ini terdiri dari enam tahap utama: mengembangkan faktor-faktor keberhasilan, menetapkan bobot untuk setiap faktor, menetapkan skala penilaian, menilai setiap alternatif lokasi, mengalikan nilai setiap alternatif dengan bobot faktornya, lalu menjumlahkan total nilai untuk masing-masing alternatif guna menentukan lokasi terbaik. Faktor-faktor penunjang keberhasilan dalam menentukan lokasi dapat mencakup biaya lokasi, akses transportasi, kualitas lingkungan masyarakat, serta ketersediaan sumber daya manusia (Kadim, 2017). Peneliti memilih dua (2) lokasi sebagai objek penelitian yaitu Gitajalatama dan Taman Berlabuh, sebagai penentuan lokasi usaha pada Bisnis Kebab dengan memperhatikan aspek – aspek yang akan mempengaruhi pada keputusan penentuan lokasi usaha seperti kedekatan dengan pemukiman, harga sewa tempat usaha, jumlah persaingan, ketersedianya lahan parkir, kedekatan dengan supplier, keamanan, daerah bebas banjir dan kondisi bangunan.

## **2. KAJIAN TEORITIS**

### **Manajemen Operasi**

Manajemen operasi merupakan proses perencanaan, pengorganisasian, dan pengendalian sumber daya untuk menghasilkan barang dan jasa secara efisien (Heizer & Render, 2017). Dalam konteks bisnis kebab, pemilihan lokasi usaha menjadi bagian penting dalam manajemen operasi karena akan memengaruhi biaya operasional, distribusi bahan baku, serta jangkauan pasar. Menurut Kotler dan Keller (2016), pemilihan lokasi yang tepat harus mempertimbangkan aksesibilitas, potensi pasar, dan tingkat persaingan.

### **Lokasi Usaha**

Lokasi usaha adalah tempat di mana perusahaan menjalankan kegiatan operasional untuk menghasilkan barang atau jasa dengan memperhatikan segi ekonomis. Handoko (2000) menekankan pentingnya menghindari kesalahan dalam memilih lokasi karena dapat menyebabkan beban biaya tetap yang besar. Tjiptono (2003) menyebutkan bahwa lokasi usaha adalah faktor signifikan yang mampu menentukan keberhasilan atau kegagalan suatu bisnis. Lokasi yang strategis dapat meningkatkan akses konsumen, memperlancar distribusi, dan meningkatkan efisiensi operasional. Heizer dan Render (2016) juga menekankan bahwa keputusan lokasi memiliki dampak jangka panjang terhadap biaya dan pendapatan perusahaan.

### **Penentuan Lokasi**

Penentuan lokasi harus dilakukan dengan perencanaan matang. Prasetya dan Lukiastuti (2009) menyatakan bahwa pemilihan lokasi sangat memengaruhi kelangsungan hidup perusahaan di masa depan. Lokasi yang dipilih harus memiliki lebih banyak faktor positif dan seminimal mungkin faktor negatif. Assauri (2016) menambahkan bahwa lokasi usaha harus mempertimbangkan pencapaian pasar, biaya operasional, dan pengelolaan sumber daya, karena lokasi memengaruhi biaya tetap dan variabel.

### **Lokasi Strategis**

Lokasi strategis berperan penting dalam menarik minat konsumen dan meningkatkan potensi penjualan. Menurut Putra et al. (2021), lokasi strategis merupakan titik pertemuan berbagai pihak dan dapat memengaruhi pertumbuhan bisnis di masa depan. Hadiguna (2023) menyebutkan bahwa lokasi yang strategis dapat mengoptimalkan keuntungan dan menstimulasi pasar sasaran, terutama bila mudah diakses. Winda dan Andy (2022) juga

menemukan bahwa lokasi yang berada di area lalu lintas tinggi dapat meningkatkan keputusan pembelian.

### **Langkah-langkah Penentuan Lokasi**

Menurut Rusdiana (2014), langkah pertama dalam penentuan lokasi adalah mengidentifikasi tujuan bisnis dan karakteristik pasar. Tahapan selanjutnya mencakup analisis lingkungan eksternal dan internal, pengumpulan data lapangan, penilaian alternatif, serta pengambilan keputusan. Arimbi (2020) menyatakan bahwa evaluasi kuantitatif seperti metode factor rating atau AHP sangat membantu dalam membandingkan lokasi secara objektif.

### **Metode Factor Rating**

Metode Factor Rating merupakan metode kuantitatif yang digunakan untuk menentukan lokasi terbaik berdasarkan sejumlah kriteria yang telah ditentukan. Prosesnya melibatkan pemberian bobot pada setiap faktor, penilaian tiap lokasi, pengalihan skor dengan bobot, dan penjumlahan skor tertimbang (Heizer & Render, 2008). Young (2009) menyatakan bahwa metode ini populer karena sederhana namun efektif dalam pengambilan keputusan multi-kriteria. Menurut Yusman (2021), metode ini dapat mencakup faktor primer dan sekunder, baik kualitatif maupun kuantitatif, yang mencerminkan kondisi nyata di lapangan.

### **POM-QM for Windows**

POM-QM for Windows adalah perangkat lunak yang dirancang untuk membantu dalam penyelesaian masalah manajemen operasi secara kuantitatif. Aplikasi ini mempermudah proses analisis dalam metode factor rating, termasuk pengolahan data, perhitungan skor tertimbang, dan pemilihan alternatif lokasi terbaik (Harsanto, 2014). Dengan penggunaan POM-QM, proses pengambilan keputusan menjadi lebih cepat, akurat, dan minim kesalahan manual (Sari, 2018).

## **3. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif, bertujuan untuk menganalisis dan membandingkan dua alternatif lokasi usaha kebab di Kota Tarakan dengan menggunakan metode Factor Rating. Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan pengolahan data numerik secara sistematis untuk mendukung pengambilan keputusan berbasis data (Sugiyono, 2019).

## **Desain Penelitian**

Rancangan penelitian ini adalah studi kasus komparatif, di mana dua lokasi dibandingkan berdasarkan kriteria-kriteria yang ditentukan. Lokasi yang menjadi objek penelitian adalah Taman Berlabuh dan Taman Gitajalatama.

## **Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh lokasi potensial untuk usaha kebab di Kota Tarakan. Sampel ditentukan secara sampel jenuh, yaitu seluruh anggota populasi dijadikan sampel karena jumlahnya terbatas (hanya dua lokasi).

## **Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data**

Data diperoleh melalui observasi langsung, wawancara terstruktur, dan kuesioner menggunakan skala Likert (1–5). Kuesioner disebarikan kepada pelaku usaha kuliner dan masyarakat sekitar lokasi penelitian. Instrumen disusun untuk menilai tujuh faktor utama penentu lokasi: Kedekatan dengan pemukiman, Harga sewa, Jumlah persaingan, Ketersediaan lahan parkir, Kedekatan dengan supplier, Keamanan, Kondisi bangunan. Pengujian validitas dan reliabilitas instrumen dilakukan pada tahap awal, dengan hasil menunjukkan bahwa seluruh item dalam kuesioner valid dan reliabel untuk digunakan dalam analisis lebih lanjut.

## **Alat Analisis Data dan Model Penelitian**

Data dianalisis menggunakan metode Factor Rating, yaitu teknik pembobotan untuk mengevaluasi dan membandingkan alternatif keputusan berdasarkan sejumlah kriteria (Heizer & Render, 2008). Setiap faktor diberi bobot sesuai tingkat kepentingannya, kemudian skor setiap lokasi dikalikan dengan bobot, lalu dijumlahkan untuk memperoleh total skor tertimbang.

Model pengambilan keputusan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Skor Total Lokasi} = \sum (\text{Bobot} \times \text{Skor})$$

Keterangan:

Bobot = tingkat kepentingan dari masing-masing kriteria (dalam desimal)

Skor = nilai performa lokasi terhadap kriteria (skala 1–5)

Perhitungan dilakukan dengan bantuan perangkat lunak POM-QM for Windows, yang mempercepat analisis dan meminimalkan kesalahan manual (Harsanto, 2014).

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Proses Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui tiga teknik utama, yaitu observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner kepada pelaku usaha serta masyarakat sekitar dua lokasi penelitian. Penilaian dilakukan terhadap tujuh faktor utama yang memengaruhi keberhasilan lokasi usaha kebab, yaitu: kedekatan dengan pemukiman, harga sewa, jumlah persaingan, lahan parkir, kedekatan dengan supplier, keamanan, dan kondisi bangunan.

### Rentang Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada bulan Maret hingga selesai di dua lokasi strategis di Kota Tarakan: Taman Berlabuh dan Taman Gitajalatama. Kedua lokasi ini merupakan kawasan publik yang ramai dikunjungi masyarakat, terutama pada sore dan malam hari, sehingga dinilai potensial untuk pengembangan usaha kuliner seperti kebab.

### Hasil Analisis Data

#### Penetapan Bobot Faktor Penilaian

Bobot dari masing-masing faktor diperoleh berdasarkan kuesioner yang disebarikan kepada 30 responden, yang terdiri dari pelaku usaha dan masyarakat umum. Tabel 1 menyajikan hasil penetapan bobot.

**Tabel 1.** Bobot Faktor Penilaian Lokasi

No	Faktor	Rata-rata	Bobot (%)	Bobot (Desimal)
1.	Kedekatan Dengan Pemukiman	4,53	18%	0.1771
2.	Harga Sewa	3,33	13%	0.1302
3.	Jumlah Persaingan	3,27	13%	1.1276
4.	Lahan Parkir	3,50	14%	0.1367
5.	Kedekatan Dengan Supplier	3,40	13%	0.1328
6.	Keamanan	3,67	14%	0.1432
7.	Kondisi Bangunan	3,90	15%	0.1523
	<b>Total Bobot</b>	<b>25,60</b>	<b>100%</b>	<b>1.0000</b>

Sumber: Hasil Olah Data Kuisisioner, (2025)

### Penilaian Alternatif Lokasi

Skor diberikan berdasarkan observasi dan persepsi responden terhadap masing-masing lokasi.

**Tabel 2.** Skor Alternatif Lokasi

Faktor	Taman Berlabuh	Gitajalama
Kedekatan Dengan Pemukiman	5	5
Harga Sewa	3	3
Jumlah Persaingan	3	3
Lahan Parkir	5	3
Kedekatan Dengan Supplier	4	3
Keamanan	4	4
Kondisi Bangunan	4	3

### Perhitungan Skor Tertimbang

Perhitungan dilakukan dengan mengalikan bobot masing-masing faktor dengan skor lokasi, seperti ditunjukkan dalam Tabel 3.

**Tabel 3.** Hasil Skor Tertimbang Tiap Lokasi

Faktor	Bobot	TB (Skor × Bobot)	GJT (Skor × Bobot)
Kedekatan Dengan Pemukiman	18	$5 \times 18 = 90$	$5 \times 18 = 90$
Harga Sewa	13	$3 \times 13 = 39$	$3 \times 13 = 39$
Jumlah Persaingan	13	$3 \times 13 = 39$	$3 \times 13 = 39$
Lahan Parkir	14	$5 \times 14 = 70$	$3 \times 14 = 42$
Kedekatan Dengan Supplier	13	$4 \times 13 = 52$	$3 \times 13 = 39$
Keamanan	14	$4 \times 14 = 56$	$4 \times 14 = 56$
Kondisi Bangunan	15	$4 \times 15 = 60$	$3 \times 15 = 45$
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>406</b>	<b>350</b>

Sumber: Hasil Olah Data Menggunakan POM-QM, (2025)

### Keterkaitan dengan Teori dan Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian ini memperkuat teori **Factor Rating** sebagaimana dikemukakan oleh Heizer dan Render (2008), bahwa pemilihan lokasi yang optimal dapat dilakukan dengan pendekatan pembobotan terhadap beberapa kriteria. Taman Berlabuh memiliki skor tertimbang tertinggi (4.06), yang berarti secara objektif lebih unggul dibanding Gitajalatama dalam memenuhi syarat strategis untuk usaha kuliner.

Penelitian ini juga sejalan dengan temuan Putra et al. (2021) dan Hadiguna (2023) mengenai pentingnya lokasi strategis yang mudah dijangkau, memiliki aksesibilitas tinggi, dan tersedia fasilitas pendukung. Selain itu, hasil ini konsisten dengan penelitian terdahulu oleh



Rubiyani (2020), yang menyatakan bahwa faktor lokasi sangat memengaruhi kesuksesan usaha mikro di kawasan ramai.

### **Implikasi Hasil Penelitian**

#### **Implikasi Teoritis**

Penelitian ini menunjukkan bahwa metode Factor Rating efektif diterapkan dalam konteks pengambilan keputusan lokasi usaha kuliner di daerah perkotaan, memperkaya literatur manajemen operasi.

#### **Implikasi Praktis**

Hasil penelitian dapat menjadi referensi bagi pelaku UMKM dalam memilih lokasi usaha berbasis analisis objektif. Taman Berlabuh direkomendasikan sebagai lokasi strategis untuk membuka bisnis kebab di Kota Tarakan karena unggul pada faktor lahan parkir, kedekatan dengan supplier, dan kondisi bangunan.

## **5. KESIMPULAN DAN SARAN**

Penelitian ini menyimpulkan bahwa dari dua lokasi alternatif yang dianalisis menggunakan metode *Factor Rating*, Taman Berlabuh merupakan lokasi paling optimal untuk membuka bisnis kebab di Kota Tarakan, dengan skor tertimbang tertinggi sebesar 4.0556 dibandingkan Gitajalatama sebesar 3.4969. Hasil ini menunjukkan bahwa Taman Berlabuh unggul pada aspek lahan parkir, kedekatan dengan supplier, dan kondisi bangunan. Penggunaan metode *Factor Rating* yang didukung perangkat lunak POM-QM terbukti efektif dalam pengambilan keputusan lokasi usaha secara objektif.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan masukan selama proses penyusunan artikel ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada seluruh responden dan pihak terkait di Kota Tarakan yang telah berkontribusi dalam pengumpulan data. Semoga artikel ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan pelaku usaha di bidang kuliner.

## **DAFTAR REFERENSI**

- Aks, S. M. Y. (2024). Pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian fried chicken merek Sabana. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Ekonomi*, 2(3), 267–277.
- Fitriani, S., & Nugroho, Y. (2021). Analisis pemilihan lokasi usaha menggunakan metode factor rating dan metode center of gravity. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 23(2), 89–97.
- Hapsari, I., & Maulana, R. (2020). Analisis pemilihan lokasi usaha menggunakan pendekatan faktor internal dan eksternal. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Terapan*, 4(1), 45–53.
- Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2020). *Operations management (13th ed.)*. Pearson Education.
- Meilanasari, P., Adetya, N. P., Prasodjo, N. P., Anargya, E. W., Wirayudha, R. A., & Erdiansyah, S. R. (2023). Penentuan lokasi urban farming dengan metode factor-rating di Kabupaten Gresik. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 3(2), 265–276. <https://doi.org/10.54082/jupin.154>
- Mutia, A., Rahma, S., & Gustina, C. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan, kelengkapan produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen. *Al Dzahab*, 5(2), 71–80. <https://doi.org/10.32939/dhb.v5i2.3094>
- Nasqa, R. A., & Darmawan, D. (2025). Pengaruh lokasi terhadap minat berkunjung di wisata: Literature review. *Jurnal Enterpreneur dan Bisnis (JEBI)*, 4(1).
- Prasetyo, D., & Rahmawati, L. (2022). Pemilihan lokasi optimal untuk bisnis kuliner menggunakan metode weighted scoring. *Jurnal Sistem Informasi dan Bisnis*, 10(1), 15–25.
- Salim, N., & Rahmadhani, S. (2024). Pengaruh modal usaha, lama usaha dan lokasi usaha terhadap pendapatan usaha mikro kecil menengah. *Among Makarti*, 17(1), 111–122.
- Setiyaningsih, Y. (2020). Pemilihan lokasi usaha kafe yang baik dengan menggunakan metode factor rating. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(1), 45–53.
- Setiawan, M. R. A., & Kusuma, K. A. (2024). Dampak harga, lokasi, dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan. *Frontiers in Research Journal*, 1(1), 12–23. <https://doi.org/10.47134/frontiers.v1i1.251>
- Stevenson, W. J. (2020). *Operations management (14th ed.)*. McGraw-Hill Education.
- Sulaiman, A. A., Setiawan, M. A., & Aliefta, G. N. (2021). Penentuan lokasi usaha coffee shop menggunakan metode factor rating. *Bulletin of Applied Industrial Engineering Theory*, 2(2), 211–221.
- Suryana, H., & Patra, O. (2023). Analisis perencanaan lokasi gudang untuk meminimasi biaya distribusi. *Jurnal Media Teknik dan Sistem Industri*, 7(1), 56–66.

- Wibowo, B. T., & Amelia, S. (2024). Penerapan metode POM-QM dalam penentuan lokasi strategis bisnis makanan cepat saji. *Jurnal Teknik Industri dan Sistem Informasi*, 9(1), 55–64.
- Willfahni, M. S., & Magdalena, M. (2024). Kualitas produk, harga, promosi, dan penempatan lokasi terhadap minat konsumen kafe S-Mart di Kecamatan Batang Kapas Pesisir Selatan. *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Kreatif*, 2(3), 111–122. <https://doi.org/10.59024/jumek.v2i3.385>
- Yusuf, A., & Wulandari, T. (2020). Studi pemilihan lokasi ritel menggunakan pendekatan multi-kriteria decision making (MCDM). *Jurnal Logistik dan Rantai Pasok*, 5(2), 102–110.