



**IDENTIFIKASI PENGARUH LOKASI USAHA TERHADAP
TINGKAT KEBERHASILAN USAHA MINIMARKET
WARALABA DI KABUPATEN JEMBER DENGAN
SISTEM INFORMASI GEOGRAFIS**

SKRIPSI

oleh

**Ifrina Nuritha
NIM 0924101017**

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
UNIVERSITAS JEMBER
2013**



**IDENTIFIKASI PENGARUH LOKASI USAHA TERHADAP
TINGKAT KEBERHASILAN USAHA MINIMARKET
WARALABA DI KABUPATEN JEMBER DENGAN
SISTEM INFORMASI GEOGRAFIS**

SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Sistem Informasi (S1)
dan mencapai gelar Sarjana Komputer

oleh

Ifrina Nuritha
NIM 092410101017

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
UNIVERSITAS JEMBER
2013**

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Ibunda Herry Yuliati Mustikaningsih dan Ayahanda Mochamad Indra Mulyadi yang tercinta;
2. Kakakku Riyan Ariantiko, Amd., Ita Aprillia, S.E., M. Nuruddin Sasongko, S.H., dan dr. Irma Yullia Sari yang tercinta;
3. Mas Vandha Pradwiyasma Widartha yang tercinta;
4. Guru-guruku sejak taman kanak-kanak sampai dengan perguruan tinggi;
5. Almamater Program Studi Sistem Informasi Universitas Jember.

MOTO

Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antara kamu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat.

(terjemahan Surat Al-Mujadalah ayat 11) ^{*)}

Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. Ia mendapat pahala (dari kebajikan) yang diusahakannya, dan ia mendapat siksa (dari kejahatan) yang dikerjakannya.

(terjemahan Surat Al Baqarah ayat 286) ^{*)}

Lihatlah semua sudut pandang secara bijaksana berdasarkan semua suara hati yang bersumber dari Asmaul Husna. ^{**)}

^{*)} Departemen Agama Republik Indonesia. 1998. *Al Qur'an dan Terjemahannya*. Semarang: PT Kumudasmoro Grafindo.

^{**)} Agustian, Ary Ginanjar. 2005. *Rahasia Sukses Membangun Kecerdasan Emosi dan Spiritual*. Jakarta: Arga.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

nama : Ifrina Nuritha

NIM : 092410101017

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul “Identifikasi Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Tingkat Keberhasilan Usaha Minimarket Waralaba di Kabupaten Jember dengan Sistem Informasi Geografis”, adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi mana pun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 28 Februari 2013

Yang menyatakan,

Ifrina Nuritha

NIM 092410101017

SKRIPSI

**IDENTIFIKASI PENGARUH LOKASI USAHA TERHADAP
TINGKAT KEBERHASILAN USAHA MINIMARKET
WARALABA DI KABUPATEN JEMBER DENGAN
SISTEM INFORMASI GEOGRAFIS**

oleh

Ifrina Nuritha
NIM 092410101017

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Saiful Bukhori, S.T., M.Kom
Dosen Pembimbing Anggota : Windi Eka Yulia Retnani, S.Kom., M.T

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Identifikasi Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Tingkat Keberhasilan Usaha Minimarket Waralaba di Kabupaten Jember dengan Sistem Informasi Geografis”, telah diuji dan disahkan pada:

hari, tanggal : Selasa, 28 Februari 2013

tempat : Program Studi Sistem Informasi Universitas Jember.

Tim Penguji:

Ketua,

Anang Andrianto S.T., M.T
NIP 19690615 199702 1 002

Anggota I,

Anggota II,

Wiji Utami S.E., M.Si
NIP 19740120 200012 2 001

Muhamad Arief Hidayat S.Kom, M.Kom
NIP 19810123 201012 1 003

Mengesahkan
Ketua Program Studi,

Drs. Slamin, M.CompSc., Ph.D
NIP 19670420 199201 1 001

RINGKASAN

Identifikasi Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Tingkat Keberhasilan Usaha Minimarket Waralaba di Kabupaten Jember dengan Sistem Informasi Geografis; Ifrina Nuritha, 092410101017; 2013: 146 halaman; Program Studi Sistem Informasi Univesitas Jember.

Lokasi merupakan salah satu aspek dalam bauran pemasaran ritel (*retail marketing mix*) yang dapat mempengaruhi keberhasilan usaha bisnis ritel seperti minimarket waralaba. Pemilihan wilayah potensial dan optimal sebagai lokasi usaha minimarket waralaba mempertimbangkan beberapa kriteria, yaitu ukuran populasi, karakteristik penduduk, tingkat perekonomian, tingkat persaingan, kedekatan lokasi dengan pusat keramaian, pemukiman penduduk dan perguruan tinggi. Ketepatan pemilihan lokasi merupakan aspek terpenting yang mempengaruhi keberhasilan usaha minimarket waralaba. Keberhasilan suatu usaha dapat diukur berdasarkan jumlah pelanggan, jumlah transaksi, volume penjualan, omset penjualan, laba bersih dan waktu yang dibutuhkan untuk mencapai titik impas usaha atau *Break Even Point* (BEP).

Pengukuran keberhasilan usaha tentunya dapat mengelompokkan beberapa minimarket waralaba di Kabupaten Jember ke dalam tingkat keberhasilan usaha yang berbeda-beda. Penentuan tingkat keberhasilan usaha minimarket waralaba di Kabupaten Jember dapat dilakukan dengan cara mengelompokkan 29 minimarket waralaba berdasarkan beberapa indikator keberhasilan usaha dengan 5 metode *hierarchical clustering*, yaitu *single linkage*, *complete linkage*, *average linkage*, *centroid* dan *ward's*. Pengukuran kemiripan data dalam indikator keberhasilan usaha antar minimarket waralaba menggunakan perhitungan *euclidean distance*. Hasil pengelompokkan oleh masing-masing metode memiliki perbedaan. Perbedaan hasil pengelompokkan tersebut harus dievaluasi untuk mengetahui

seberapa besar ketepatan pengelompokkan oleh masing-masing metode. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa metode *single linkage* merupakan metode *clustering* terbaik yang mempunyai nilai rasio simpangan baku dalam kelompok (S_w) dan simpangan baku antar kelompok (S_b) paling kecil dibandingkan keempat metode lainnya, yaitu dengan nilai rasio 3.704575212 berdasarkan nilai S_w sebesar 6,259,693.00 dan nilai S_b sebesar 1,689,719.57.

Penentuan label tingkat keberhasilan usaha untuk masing-masing kelompok yang dihasilkan metode *single linkage* dilakukan dengan menghitung rata-rata (*centroid*) dari masing-masing indikator pada setiap *cluster*. Hasil interpretasi *cluster* mengelompokkan 29 minimarket waralaba di Kabupaten Jember ke dalam 4 tingkat keberhasilan usaha, yaitu minimarket waralaba dengan tingkat sangat berhasil (4 minimarket), berhasil (11 minimarket), cukup berhasil (10 minimarket) dan kurang berhasil (4 minimarket).

Tujuan penelitian ini adalah merancang dan membuat Sistem Informasi Geografis berbasis web untuk analisis spasial dalam mengidentifikasi pengaruh lokasi usaha terhadap tingkat keberhasilan usaha minimarket waralaba di Kabupaten Jember. Identifikasi dilakukan dengan 4 operasi spasial dalam Sistem Informasi Geografis, yaitu *geocoding*, *measurement*, *query* dan *overlay*. Perancangan Sistem Informasi Geografis berbasis web dalam penelitian ini menggunakan pendekatan *Structured Analysis and Design (SSAD)* yang berbasis model *Rapid Application Development (RAD)*.

Sistem Informasi Geografis yang digunakan untuk analisis spasial ini memiliki kemampuan dalam menampilkan informasi spasial dan atribut yang berkaitan dengan beberapa indikator dalam variabel bebas, yaitu lokasi usaha dan variabel terikat, yaitu tingkat keberhasilan usaha. Hasil analisis spasial dengan Sistem Informasi Geografis menunjukkan bahwa indikator jarak dengan pemukiman penduduk, pusat keramaian, dan kepadatan penduduk tidak berpengaruh terhadap tingkat keberhasilan usaha minimarket waralaba di Kabupaten Jember, namun kedekatan lokasi usaha dengan perguruan tinggi serta tingginya pendapatan per kapita penduduk di wilayah lokasi usaha berpengaruh terhadap tingkat keberhasilan usaha minimarket waralaba di Kabupaten Jember.

PRAKATA

Puji syukur ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Identifikasi Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Tingkat Keberhasilan Usaha Minimarket Waralaba di Kabupaten Jember dengan Sistem Informasi Geografis”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) pada Program Studi Sistem Informasi Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Drs. Slamin, M.CompSc., Ph.D., selaku Ketua Program Studi Sistem Informasi Universitas Jember;
2. Dr. Saiful Bukhori, S.T., M.Kom., selaku Dosen Pembimbing Utama dan Windi Eka Yulia Retnani, S.T., M.Kom., selaku Dosen Pembimbing Anggota yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan perhatian dalam penulisan skripsi ini;
3. Anang Andrianto S.T., M.T., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing selama penulis menjadi mahasiswa;
4. Seluruh Bapak dan Ibu dosen beserta staf karyawan di Program Studi Sistem Informasi Universitas Jember;
5. Bapak/Ibu Drs. Hadi Prayitno, M. Kes dan Bapak/Ibu Soetikno, S.H sekeluarga yang telah membantu dalam pelaksanaan penelitian ini;
6. Kepala toko minimarket waralaba yang telah berkenan menjadi responden dalam penelitian ini;
7. Bapak/Ibu Mochamad Ilyas, Amk sekeluarga yang telah memberikan semangat, doa, dan dukungan demi terselesaikannya skripsi ini;

8. Mas Nurul Ihsan, S.T., yang bersedia meluangkan waktunya untuk berbagi ilmu kepada penulis;
9. Teman-teman mahasiswa Program Studi Sistem Informasi Universitas Jember dan teman-teman KKT Gelombang II Periode 2011/2012 Kelompok 66 Desa Kencong yang telah memberikan semangat, doa dan bantuan kepada penulis;
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Penulis juga menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap, semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Jember, 28 Februari 2013

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN MOTO	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
HALAMAN PEMBIMBINGAN	vi
HALAMAN PENGESAHAN	vii
RINGKASAN	viii
PRAKATA	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan dan Manfaat	5
2.1.1 Tujuan	6
2.1.2 Manfaat	6
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Minimarket	11
2.2.1 Ciri-ciri Minimarket.....	11
2.2.2 Perkembangan Minimarket.....	11
2.2.3 Minimarket Waralaba	13
2.3 Lokasi Usaha	14
2.4 Tingkat Keberhasilan Usaha	15
2.5 Metode Pengelompokan (<i>Clustering</i>)	17
2.5.1 Analisis Kelompok (<i>Cluster Analysis</i>).....	17
2.5.2 Jarak Kedekatan (<i>Euclidean Distance</i>).....	18
2.5.3 <i>Hierarchical Cluster</i>	19
2.6 Metode <i>Hierarchical Cluster</i> Terbaik	23
2.7 Sistem Informasi Geografis	24
2.7.1 Definisi Sistem Informasi Geografis.....	25

2.7.2	Bentuk dan Struktur Data dalam Sistem Informasi Geografis	25
2.7.3	Subsistem dalam Sistem Informasi Geografis	27
2.7.4	Cara Kerja Sistem Informasi Geografis	28
2.7.5	Manfaat Sistem Informasi Geografis	29
2.8	Sistem Informasi Geografis Berbasis Web	29
2.9	Model <i>Rapid Application Development</i> (RAD)	31
2.10	Kerangka Pemikiran	33
BAB 3.	METODE PENELITIAN	34
3.1	Jenis Penelitian	34
3.2	Tempat dan Waktu Penelitian	34
3.3	Subjek Penelitian	34
3.3.1	Populasi	34
3.3.2	Sampel.....	35
3.3.3	Reponden	37
3.4	Variabel Penelitian	37
3.4.1	Variabel Bebas	37
3.4.2	Variabel Tidak Bebas.....	37
3.5	Definisi Operasional Variabel	38
3.6	Alur Penelitian	39
3.7	Jenis dan Sumber Data	40
3.7.1	Data Primer	40
3.7.2	Data Sekunder	40
3.8	Teknik Pengumpulan Data	41
3.8.1	Observasi.....	41
3.8.2	Angket.....	41
3.8.3	Dokumen	42
3.9	Instrumen Penelitian	42
3.9.1	Kuisisioner	42
3.9.2	<i>Global Positioning System</i> (GPS).....	43
3.10	Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian	44
3.10.1	Kalibrasi GPS	44
3.10.2	Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner	44
3.11	Teknik Pengolahan Data	46
3.10.1	<i>Editing</i>	46
3.10.2	Tabulasi	46
3.11	Teknik Analisis Data	47
3.11.1	Analisis Cluster	47
3.11.2	Analisis Spasial	48
3.11.3	Analisis Deskriptif.....	51

BAB 4. PEMBAHASAN	52
4.1 Hasil Penelitian	52
4.1.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.	52
4.1.2 Pengelompokan Minimarket Waralaba di Kabupaten Jember	53
4.1.3 Penentuan Metode Terbaik	66
4.1.4 Analisis Kebutuhan Sistem Informasi Geografis Berbasis Web	69
4.1.5 Deskripsi Sistem Informasi Geografis Berbasis Web	72
4.1.6 Perancangan Sistem Informasi Geografis Berbasis Web dengan Model RAD.....	74
4.2 Pembahasan	82
4.2.1 Penentuan Tingkat Keberhasilan Usaha Minimarket Waralaba	82
4.2.2 Deskripsi Hasil Perancangan Sistem Informasi Geografis Berbasis Web dengan Model RAD	86
4.2.3 Analisis Spasial dengan Sistem Informasi Geografis Berbasis Web	109
4.2.4 Deskripsi Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Tingkat Keberhasilan Usaha	113
BAB 5. PENUTUP	120
5.1 Kesimpulan	120
5.2 Saran	121
DAFTAR PUSTAKA	122
LAMPIRAN	129

DAFTAR TABEL

		Halaman
2.1	Penelitian Terdahulu	8
2.2	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi	15
2.3	Rumus Kriteria Dua Nilai Simpangan Baku.....	24
3.1	Sampel Penelitian.....	36
3.2	Definisi Operasional	38
4.1	Validitas Instrumen Penelitian.....	52
4.2	Hasil Pengelompokan Minimarket Waralaba dengan Metode <i>Single Linkage</i>	56
4.3	Hasil Pengelompokan Minimarket Waralaba dengan Metode <i>Complete Linkage</i>	59
4.4	Hasil Pengelompokan Minimarket Waralaba dengan Metode <i>Average Linkage</i>	60
4.5	Hasil Pengelompokan Minimarket Waralaba dengan Metode <i>Centroid</i>	64
4.6	Hasil Pengelompokan Minimarket Waralaba dengan Metode <i>Ward's</i>	65
4.7	Nilai S_w dan S_b Hasil Pengelompokan 5 Metode <i>Hierarchical Cluster</i>	67
4.8	Rencana Pengujian Sistem Informasi Geografis Berbasis Web untuk Identifikasi Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Tingkat Keberhasilan Usaha Minimarket Waralaba	82
4.9	Perhitungan Centroid Hasil Pengelompokan 5 Metode <i>Hierarchical Cluster</i>	83
4.10	Tingkat Keberhasilan Usaha Minimarket Waralaba di Kabupaten Jember	85
4.11	Pengujian Login Sistem Informasi Geografis Berbasis Web untuk Identifikasi Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Tingkat Keberhasilan Usaha Minimarket Waralaba di Kabupaten Jember	104
4.12	Pengujian <i>Marking</i> Lokasi Sistem Informasi Geografis Berbasis Web untuk Identifikasi Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Tingkat Keberhasilan Usaha Minimarket Waralaba di Kabupaten Jember	105
4.13	Pengujian Input Demografi Sistem Informasi Geografis Berbasis Web untuk Identifikasi Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Tingkat Keberhasilan Usaha Minimarket Waralaba di Kabupaten Jember	105

4.14	Pengujian Registrasi User Sistem Informasi Geografis Berbasis Web untuk Identifikasi Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Tingkat Keberhasilan Usaha Minimarket Waralaba di Kabupaten Jember	106
4.15	Pengujian Input Nilai Indikator dan <i>Clustering</i> Sistem Informasi Geografis Berbasis Web untuk Identifikasi Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Tingkat Keberhasilan Usaha Minimarket Waralaba di Kabupaten Jember.....	106
4.16	Pengujian Input Informasi Minimarket Sistem Informasi Geografis Berbasis Web untuk Identifikasi Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Tingkat Keberhasilan Usaha Minimarket Waralaba di Kabupaten Jember.....	107
4.17	Pengujian Pengukuran Jarak Sistem Informasi Geografis Berbasis Web untuk Identifikasi Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Tingkat Keberhasilan Usaha Minimarket Waralaba di Kabupaten Jember	108
4.18	Pengujian Pencarian Lokasi Sistem Informasi Geografis Berbasis Web untuk Identifikasi Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Tingkat Keberhasilan Usaha Minimarket Waralaba di Kabupaten Jember	108

DAFTAR GAMBAR

		Halaman
2.1	Grafik Perkembangan Pangsa Pasar Ritel Modern.....	12
2.2	Komponen Utama Sistem Informasi Geografis.....	28
2.3	Arsitektur Aplikasi Sistem Informasi Geografis Berbasis Web .	30
2.4	Model <i>Rapid Application Development</i> (RAD).....	32
2.5	Kerangka Pemikiran.....	33
3.1	Peta Daerah Kabupaten Jember	36
3.2	Alur Penelitian	39
3.3	Alur Analisis Spasial.....	49
4.1	Dendogram <i>Clustering</i> dengan Metode <i>Single Linkage</i>	55
4.2	Dendogram <i>Clustering</i> dengan Metode <i>Complete Linkage</i>	58
4.3	Dendogram <i>Clustering</i> dengan Metode <i>Average Linkage</i>	61
4.4	Dendogram <i>Clustering</i> dengan Metode <i>Centroid</i>	63
4.5	Dendogram <i>Clustering</i> dengan Metode <i>Ward's</i>	66
4.6	Grafik Perbandingan Nilai S_w dan S_b	67
4.7	Grafik Perbandingan Nilai Rasio S_w dan S_b	68
4.8	Antarmuka Komunikasi Sistem Informasi Geografis Berbasis Web dengan Teknologi Google Maps.....	70
4.9	<i>Context Diagram</i> Sistem Informasi Geografis Berbasis Web untuk Identifikasi Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Tingkat Keberhasilan Usaha Minimarket Waralaba	75
4.10	<i>Entity Relationship Diagram</i> Sistem Informasi Geografis Berbasis Web untuk Identifikasi Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Tingkat Keberhasilan Usaha Minimarket Waralaba	76
4.11	<i>Data Flow Diagram</i> Level 1 Sistem Informasi Geografis Berbasis Web untuk Identifikasi Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Tingkat Keberhasilan Usaha Minimarket Waralaba	77
4.12	<i>Data Flow Diagram</i> Level 2 untuk Proses 2 Sistem Informasi Geografis Berbasis Web untuk Identifikasi Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Tingkat Keberhasilan Usaha Minimarket Waralaba...	78
4.13	<i>Data Flow Diagram</i> Level 2 untuk Proses 3 Sistem Informasi Geografis Berbasis Web untuk Identifikasi Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Tingkat Keberhasilan Usaha Minimarket Waralaba...	78
4.14	<i>Data Flow Diagram</i> Level 2 untuk Proses 4 Sistem Informasi Geografis Berbasis Web untuk Identifikasi Pengaruh Lokasi Usaha	

	Terhadap Tingkat Keberhasilan Usaha Minimarket Waralaba...	79
4.15	<i>Data Flow Diagram</i> Level 2 untuk Proses 5 Sistem Informasi Geografis Berbasis Web untuk Identifikasi Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Tingkat Keberhasilan Usaha Minimarket Waralaba...	79
4.16	<i>Data Flow Diagram</i> Level 2 untuk Proses 7 Sistem Informasi Geografis Berbasis Web untuk Identifikasi Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Tingkat Keberhasilan Usaha Minimarket Waralaba...	80
4.17	<i>Data Flow Diagram</i> Level 2 untuk Proses 8 Sistem Informasi Geografis Berbasis Web untuk Identifikasi Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Tingkat Keberhasilan Usaha Minimarket Waralaba...	80
4.18	Tampilan Halaman Login	91
4.19	Tampilan Halaman Registrasi User	92
4.20	Tampilan Halaman Input Demografi	93
4.21	Tampilan Halaman Input Profil <i>Franchisee</i>	94
4.22	Tampilan Halaman Input Profil Minimarket	95
4.23	Tampilan Halaman Input Informasi Promo	96
4.24	Tampilan Halaman Marking Lokasi	97
4.25	Tampilan Halaman <i>Measurement</i>	98
4.26	Tampilan Halaman Input Nilai Indikator Lokasi Usaha.....	99
4.27	Tampilan Halaman Input Nilai Indikator Keberhasilan Usaha...	100
4.28	Tampilan Halaman View Tingkat Keberhasilan Usaha.....	101
4.29	Tampilan Halaman View Peta Clustering.....	102
4.30	Tampilan Halaman Pencarian Lokasi	103
4.31	Titik Lokasi Minimarket Waralaba dalam Peta Digital Citra Satelit	109
4.32	Tampilan Operasi Spasial <i>Geocoding</i>	110
4.33	Tampilan Operasi Spasial <i>Overlay</i>	111
4.34	Tampilan Operasi Spasial <i>Query</i>	112
4.35	Perbandingan Pengaruh Jarak dengan Pemukiman Terhadap Tingkat Keberhasilan Usaha Minimarket Waralaba	114
4.36	Perbandingan Pengaruh Jarak dengan Pusat Keramaian Terhadap Tingkat Keberhasilan Usaha Minimarket Waralaba.....	115
4.37	Perbandingan Pengaruh Jarak dengan Perguruan Tinggi Terhadap Tingkat Keberhasilan Usaha Minimarket Waralaba.....	116
4.38	Perbandingan Pengaruh Kepadatan Penduduk Terhadap Tingkat Keberhasilan Usaha Minimarket Waralaba	117
4.39	Perbandingan Pengaruh Pendapatan Penduduk Per Kapita Terhadap Tingkat Keberhasilan Usaha	118

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
A. Kuesioner Keberhasilan Usaha	129
B. Data Keberhasilan Usaha	133
C. Data Lokasi Usaha	135
D. Hasil Uji Validitas Kuesioner	136
E. Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner	137
F. Matrik Jarak	138
G. Hasil Proses Clustering	139
H. Tingkat Keberhasilan Usaha	145