



Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Volume Penjualan Pada Pangsit Goreng Viral Tangerang Selatan

M. Deni mahendra

mdenimahendra60@gmail.com

Universitas Pamulang

Jaenudin

dosen00458@unpam.ac.id

Universitas Pamulang

Korespondensi penulis: mdenimahendra60@gmail.com

Abstrak. *The aim of this research is to determine the effect of price and service quality on sales volume at Viral Fried Dumplings in South Tangerang. The method used is a quantitative research method and uses a descriptive approach. The sampling technique used was probability sampling, a proportional stratified random sampling technique with sampling using the Slovin formula of 99 respondents. Data analysis uses simple linear regression analysis, multiple linear regression analysis, correlation coefficient analysis, coefficient of determination and hypothesis testing. The results of this research are that price has a positive and significant influence on sales volume. Service Quality has a positive and significant influence on Sales Volume. Price and Service Quality simultaneously have a positive and significant influence on Sales Volume. Price and service quality contributed to sales volume by 84.1%. The most dominant independent influence is service quality with a contribution of 67.5%. Meanwhile, price contributed 57.1%.*

Keywords: *Price, Service Quality, Sales Volume*

Abstrak. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap volume penjualan pada Pangsit Goreng Viral Tangerang Selatan. Metode yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dan menggunakan pendekatan deskriptif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah pengambilan sampel probabilitas jenis teknik pengambilan sampel acak bertingkat proporsional dengan pengambilan sampel menggunakan rumus slovin sebanyak 99 responden. Analisis data menggunakan analisis regresi linier sederhana, analisis regresi linier berganda, analisis koefisien korelasi, koefisien determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini adalah harga terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan. Kualitas Pelayanan terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan. Harga dan Kualitas Pelayanan secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan.

Kata Kunci: *Harga, Kualitas Pelayanan, Volume Penjualan*

PENDAHULUAN

Semakin berkembangnya zaman banyak hal yang ikut berubah dan mengalami pembaharuan. Hal ini juga turut mempengaruhi dunia bisnis salah satunya ialah UMKM. Sebagai salah satu bisnis yang dijalankan oleh masyarakat UMKM mengalami perkembangan serta persaingan pasar yang cukup kuat dan ketat. Banyaknya usaha dengan jenis yang sama merupakan faktor utama yang menciptakan persaingan pasar semakin kuat. Salah satu UMKM yakni Pangsit Goreng Viral merupakan salah satu usaha yang berada di daerah Tangerang Selatan yang telah menghadapi dan bertahan saat pandemic Covid-19 melanda Indonesia. Sebagai salah satu pengusaha pangsit goreng terdapat 9 usaha sejenis yang merupakan pesaing dari Pangsit Goreng Viral. Banyaknya pesaing tersebut menuntut Pangsit Goreng Viral untuk menyiapkan strategi agar usahanya dapat bertahan didalam persaingan usaha yang tengah terjadi.

Untuk memenuhi kepuasan pelanggan, pangsit goreng viral berusaha untuk meningkatkan pelayanan yakni dengan menyediakan layanan pengantaran (delivery) secara gratis dengan ketentuan jarak kirim 1-2 km. Produk yang ditawarkan sendiri meliputi pangsit, kwetiaw, nasi

goreng, ayam geprek, rice bowl, dan berbagai minuman, yang dapat dibeli langsung di outlet atau diantar ke rumah pelanggan. Di tengah persaingan ketat di Tangerang Selatan, jumlah pelanggan mereka mengalami fluktuasi, dengan 20–50 pelanggan per hari sebelum pandemi (2019), turun menjadi 10–30 pelanggan per hari di awal pandemi (2020), dan meningkat kembali menjadi 15–40 pelanggan per hari saat pandemi mulai mereda pada 2021.

Berdasarkan data yang didapatkan oleh peneliti didapatkan jika pada 3 tahun terakhir volume penjualan pangsit goreng viral mengalami penurunan hingga 50% pada saat pandemic covid-19, namun saat ini mulai bangkit kembali. Penurunan ini disebabkan oleh perubahan pola konsumsi masyarakat yang lebih memilih memasak di rumah, menurunnya daya beli, serta meningkatnya persaingan bisnis kuliner daring. Jika tidak ditangani dengan strategi yang tepat, usaha ini bisa terhambat bahkan berisiko tutup. Selain itu Pangsit Goreng Viral juga perlu terus berinovasi dan meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat memenuhi keinginan konsumen, terutama karena masih terdapat keluhan dari pelanggan. Berdasarkan data tiga tahun terakhir, terdapat 30 keluhan yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan masih perlu diperbaiki. Jika tidak ditingkatkan, keluhan ini dapat mengurangi kepercayaan pelanggan. Untuk menghadapi permasalahan tersebut, Pangsit Goreng Viral harus menawarkan harga yang kompetitif serta pelayanan yang berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan konsumen, mengingat pelanggan cenderung membandingkan harga dengan pesaing sebelum memutuskan untuk membeli. Selain itu berdasarkan data yang didapatkan oleh peneliti, harga pangsit goreng viral dinilai lebih mahal dibandingkan pesaingnya, hal ini menyebabkan terjadinya penurunan penjualan. Harga yang relatif lebih mahal ini disebabkan oleh penggunaan bahan baku berkualitas tinggi, bumbu yang lebih kaya rasa, serta kemasan dan tempat penyajian yang lebih baik.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penelitian ini bertujuan untuk pertama, Untuk mengetahui pengaruh harga secara parsial terhadap volume penjualan pada Pangsit Goreng Viral Jln. WR Supratman Tangerang selatan. Kedua, Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap volume penjualan pada Pangsit Goreng Viral Jln. WR Supratman Tangerang selatan. Ketiga, Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap volume penjualan pada Pangsit Goreng Viral Jln. WR Supratman Tangerang selatan.

KAJIAN TEORITIS

Manajemen

Menurut Firmansyah (2018:4) manajemen adalah seni dan ilmu perencanaan, pengorganisasian, penyusunan, pengarahan, dan pengawasan daripada sumber daya manusia untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan terlebih dahulu.

Pemasaran

Menurut William J. Stanton dalam (Priansa, 2017:30) menyatakan bahwa pemasaran adalah sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang-barang yang memuaskan keinginan dan jasa, baik kepada konsumen saat ini maupun konsumen potensial.

Manajemen Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller (dalam Yanuar, Nurul, Budi, 2017:62), menyatakan “pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain”

Harga

Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya baik berupa barang maupun jasa. Menetapkan harga terlalu tinggi akan menyebabkan penjualan akan menurun, namun jika harga terlalu rendah akan mengurangi keuntungan yang dapat diperoleh Perusahaan (Nasution, 2019).

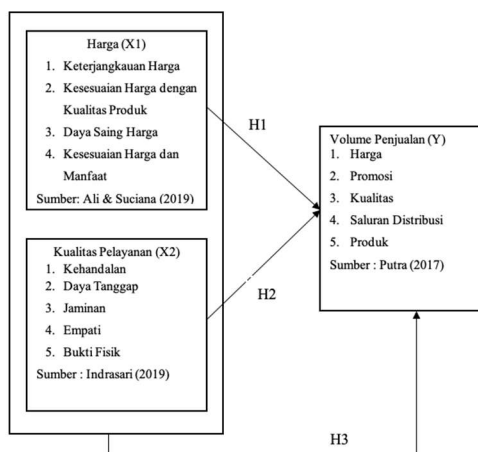
Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler dalam Petege et al (2018) Kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Volume Penjualan

Volume penjualan adalah sejumlah komoditas yang terjual dalam periode waktu tertentu yang merupakan salah satu faktor penentu yang sangat berpengaruh terhadap pencapaian laba bersih, sedangkan keuntungan atau 2 laba merupakan sarana penting bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan, maka dari itu perusahaan harus berusaha untuk menciptakan volume penjualan yang menguntungkan (Rini, 2021).

Kerangka Berpikir



Gambar 1 Kerangka Berpikir

Hipotesis

Ho1 = $P = 0$: Tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara harga terhadap volume penjualan pada Pangsit goreng viral Jln. WR Supratman Tangerang selatan.

Ha1 = $P \neq 0$: Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara harga terhadap volume penjualan pada Pangsit goreng viral Jln. WR Supratman Tangerang selatan.

Ho2 = $P = 0$: Tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap volume penjualan pada Pangsit goreng viral Jln. WR Supratman Tangerang selatan.

Ha2 = $P \neq 0$: Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap volume penjualan pada Pangsit goreng viral Jln. WR Supratman Tangerang selatan.

Ho3 = $P = 0$: Tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara simultan antara harga dan kualitas pelayanan pada Pangsit goreng viral Jln. WR Supratman Tangerang selatan.

Ha3 = $P \neq 0$: Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara simultan antara harga dan kualitas pelayanan terhadap volume penjualan pada Pangsit goreng viral Jln. WR Supratman Tangerang selatan

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dan menggunakan pendekatan yang bersifat lapangan. Jenis penelitian kuantitatif karena memandang bahwa realita atau fenomena dapat di klasifikasikan, relative tetap, kongkrit, teramati, terukur, dan hubungan gejala bersifat sebab akibat (kausal). Proses penelitian yang bersiat deduktif karena untuk menjawab rumusan masalah di gunakan konsep atau teori sehingga dapat merumuskan hipotesis. Hipotesis tersebut selanjutnya di uji melalui pengumpulan data lapangan. Penelitian ini di tunjukan untuk memperoleh bukti empiris, menguji dan menjelaskan pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap volume penjualan pada Pangsit goreng viral Jln. WR Supratman Tangerang selatan. Penelitian ini juga disebut juga sebagai penelitian kualitas (sebab akibat), yang bertujuan untuk menganalisis hubungan dan pengaruh (sebab akibat) dari dua variabel. Data yang akan di peroleh dari pengamatan langsung di pada Pangsit goreng viral Jln. WR Supratman Tangerang selatan. Penelitian menurut Sugiyono (2020:7) merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Penelitian merupakan cara ilmiah, berarti penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan seperti Rasional, Empiris dan Sistematis dan data yang diperoleh melalui penelitian itu mempunyaikriteria seperti harus Valid, Reliabel, dan Obyektif. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Normalitas

Tabel 1 Uji Kolmogorov - Smirnov Test
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		HARGA	KUALITAS PELAYANAN	VOLUME PENJUALAN	
N		99	99	99	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	37.30	38.88	38.43	
	Std. Deviation	8.929	8.171	8.413	
Most Extreme Differences	Absolute	.084	.087	.097	
	Positive	.078	.087	.085	
	Negative	-.084	-.085	-.097	
Test Statistic		.084	.087	.097	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.081	.064	.022	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.081	.063	.024	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.074	.057	.020
		Upper Bound	.088	.069	.027

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Sumber: Data diolah SPSS (2023)

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel diatas menunjukkan bahwa, Asymp. Sig. (2-tailed) yaitu Variabel X1, X2 dan Y1 lebih besar dari 0.05 dan , maka data pada penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal

Uji Multikolinearitas

Tabel 2 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.038	1.699		.611	.543		
	Harga	.175	.057	.186	3.071	.003	.454	2.203
	Kualitas Pelayanan	.794	.062	.771	12.756	<.001	.454	2.203

a. Dependent Variable: Volume Penjualan

Sumber: Data diolah SPSS (2023)

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada tabel diatas diperoleh nilai *Tolerance Value* Harga $0.454 > 0.10$ dan VIF Kualitas Pelayanan $2.203 < 10.00$

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 3 Uji Glejser Heteroskedastisitas

Coefficients^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	3.683	1.188		3.100	.003
	HARGA	-.090	.040	-.334	-2.271	.098
	KUALITAS PELAYANAN	.052	.044	.175	1.188	.238

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Data diolah SPSS (2023)

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada tabel diatas menunjukkan bahwa, nilai signifikan variabel harga yaitu 0.098 sehingga lebih besar dari 0.05 atau $0.098 > 0.05$, dan pada variabel kualitas pelayanan mempunyai nilai signifikan 0.238 yang lebih besar dari 0.05 atau $0.238 > 0.05$. Maka data pada penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa data pada variabel tersebut tidak terjadi gangguan heteroskedastisitas

Uji Autokorelasi

Tabel 4 Hasil Uji Durbin Watson

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson

Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Volume Penjualan Pada Pangsit Goreng Viral Tangerang Selatan

1	.917 ^a	.841	.837	3.392	1.902
a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, HARGA					
b. Dependent Variable: VOLUME PENJUALAN					

Sumber: Data diolah SPSS (2023)

Berdasarkan hasil uji autokorelasi pada tabel diatas menunjukkan bahwa hasil output uji autokorelasi diperoleh nilai DW sebesar 1.902. hal ini disimpulkan bahwa nilai DW yaitu 1.902 terletak diantara 1.550 – 2.460, artinya tidak ada gangguan autokorelasi

Analisis Regresi Linier Sederhana

Tabel 5 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana antara Harga (X1) terhadap Volume Penjualan (Y)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.879	2.403		4.943	<.001
	HARGA	.712	.063	.756	11.359	<.001
a. Dependent Variable: VOLUME PENJUALAN						

Sumber: Data diolah SPSS (2023)

Berdasarkan hasil uji Analisis Linier Sederhana antara harga (X1) terhadap volume penjualan (Y) dapat dijelaskan bahwa: Regresi sederhana $Y = a + b(X1)$ yang telah ditemukan antara harga (X1) terhadap Volume Penjualan (Y) adalah $Y = 11.879 + 0,712(X1)$ hasil ini dapat disimpulkan bahwa, terdapat arah hubungan positif antara harga (X1) terhadap Volume Penjualan (Y). Konstanta (a) = 11.879 bermakna, tanpa adanya Harga (X1) maka nilai Volume Penjualan sebesar 11.879 satuan. Konstanta (b) = 0,712 bermakna, jika harga (X1) meningkat satu-satuan maka nilai Volume Penjualan akan meningkat sebesar 0,712 satuan

Tabel 6 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana antara Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Volume Penjualan (Y)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.071	1.737		1.193	.236
	KUALITAS PELAYANAN	.935	.044	.908	21.393	<.001
a. Dependent Variable: VOLUME PENJUALAN						

Sumber: Data diolah SPSS (2023)

Berdasarkan hasil uji Analisis Linier Sederhana antara kualitas pelayanan (X2) terhadap volume penjualan (Y) dapat dijelaskan bahwa: Regresi sederhana $Y = a + b(X2)$ yang telah ditemukan antara kualitas pelayanan (X2) terhadap volume penjualan (Y) adalah $Y = 2.071 + 0.935(X2)$ hasil ini dapat disimpulkan bahwa, terdapat arah hubungan positif antara kualitas pelayanan (X2) terhadap volume penjualan (Y). Konstanta (a) = 2.071 bermakna, tanpa adanya kualitas pelayanan (X2) maka nilai volume penjualan (Y) sebesar 2,071 satuan. Konstanta (b) =

0.935 bermakna, jika kualitas pelayanan (X2) meningkat satu-satuan maka nilai volume penjualan akan meningkat sebesar 0.935 satuan

Analisis Regresi Linier Sederhana

Tabel 7 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.038	1.699		.611	.543
	HARGA	.175	.057	.186	3.071	.003
	KUALITAS PELAYANAN	.794	.062	.771	12.756	<.001
a. Dependent Variable: VOLUME PENJUALAN						

Sumber: Data diolah SPSS (2022)

Berdasarkan persamaan regresi linear berganda $Y = 1.038 + 0.175X_1 + 0.794X_2$, dapat disimpulkan bahwa konstanta sebesar 1.038 menunjukkan bahwa meskipun variabel harga X1 dan kualitas pelayanan X2 tidak ada, volume penjualan tetap memiliki nilai sebesar 1.038 poin. Variabel harga X1 memiliki koefisien sebesar 0.175, yang berarti setiap peningkatan harga sebesar 1 satuan akan meningkatkan volume penjualan sebesar 0.175, menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh positif terhadap volume penjualan. Sementara itu, variabel kualitas pelayanan X2 memiliki koefisien sebesar 0.794, yang berarti setiap peningkatan kualitas pelayanan sebesar 1 satuan akan meningkatkan volume penjualan sebesar 0.794. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang lebih besar dibandingkan harga dalam meningkatkan volume penjualan Pangsit Goreng Viral Tangerang Selatan.

Analisis Korelasi Koefisien

Tabel 8 Hasil Uji Korelasi Koefisien Parsial antara Harga (X1) terhadap Volume Penjualan (Y)

Correlations			
		Harga	Volume Penjualan
Harga	Pearson Correlation	1	.756**
	Sig. (2-tailed)		<.001
	N	99	99
Volume Penjualan	Pearson Correlation	.756**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	
	N	99	99
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).			

Sumber: Data diolah SPSS (2023)

Berdasarkan hasil uji pada tabel diatas menunjukkan bahwa, nilai koefisien korelasi harga sebesar 0.756 berdasarkan pedoman nilai interpretasi korelasi nilai berada pada rentang “0.600 – 0.799” yang berarti tingkat hubungan harga terhadap volume penjualan termasuk pada tingkat hubungan yang kuat.

Tabel 9 Hasil Uji Korelasi Koefisien Parsial antara Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Volume Penjualan (Y)

Correlations			
		Kualitas Pelayanan	Volume Penjualan
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	1	.908**
	Sig. (2-tailed)		<.001
	N	99	99
Volume Penjualan	Pearson Correlation	.908**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	
	N	99	99

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil uji pada tabel diatas menunjukkan bahwa, diperoleh nilai koefisien korelasi kualitas pelayanan sebesar 0.908 berdasarkan pedoman nilai interpretasi korelasi nilai berada pada rentang “0.800 – 1.000” yang berarti tingkat hubungan promosi terhadap volume penjualan termasuk pada tingkat hubungan yang sangat kuat.

Tabel 10 Hasil Uji Korelasi Koefisien Simultan antara Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Volume Penjualan (Y)

Model Summary									
				Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
Model	R	R Square	Adjusted R Square		R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.875 ^a	.765	.760	3.467	.765	158.077	2	97	<.001

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan

Sumber: Data diolah SPSS (2023)

Berdasarkan hasil uji pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai Sig 0.001 < 0.05 maka dikatakan korelasi antara variabel dan nilai r = 0.875 artinya terdapat hubungan yang sangat kuat antara variabel harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap volume penjualan (Y).

Analisis Koefisien Determinasi

Tabel 11 Hasil Uji Koefisien Determinasi parsial antara Harga (X1) terhadap Volume Penjualan (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.756 ^a	.571	.566	5.540

a. Predictors: (Constant), Harga

Sumber: Data diolah SPSS (2023)

Berdasarkan hasil uji pada tabel diatas menunjukkan bahwa, diperoleh nilai koefisien determinasi (R-square) sebesar 0.571, maka (KD = r² x 100% = 57.1%) dengan demikian harga (X1) memberikan kontribusi pengaruh terhadap volume penjualan (Y) sebesar 57.1% sedangkan sisanya 42.9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Tabel 12 Hasil Uji Koefisien Determinasi parsial antara Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Volume Penjualan (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.756 ^a	.675	.566	5.540
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan				

Sumber: Data diolah SPSS (2023)

Berdasarkan hasil uji pada tabel diatas menunjukkan bahwa, nilai koefisien determinasi (R-square) sebesar 0.675, maka (KD = $r^2 \times 100\% = 67.5\%$) dengan demikian kualitas pelayanan (X2) memberikan kontribusi pengaruh terhadap volume penjualan (Y) sebesar 67.5% sedangkan sisanya 32.5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Tabel 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi simultan antara Harga (X1) Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Volume Penjualan (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.917 ^a	.841	.837	3.392
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga				

Sumber: Data diolah SPSS (2023)

Berdasarkan hasil uji pada tabel diatas menunjukkan bahwa, nilai koefisien determinasi (R-square) sebesar 0.841, maka (KD = $r^2 \times 100\% = 84.1\%$) dengan demikian variabel harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) memberikan kontribusi pengaruh terhadap volume penjualan (Y) sebesar 84.1% sedangkan sisanya 15.9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain

Uji t

Tabel 14 Hasil Uji t parsial antara Harga (X1) terhadap Volume Penjualan (Y)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.879	2.403		4.943	<.001
	Harga	.712	.063	.756	11.359	<.001
a. Dependent Variable: Volume Penjualan						

Sumber: Data diolah SPSS (2023)

Berdasarkan hasil uji pada tabel diatas menunjukan bahwa nilai signifikansi pengaruh harga (X1) terhadap volume penjualan (Y) adalah $0.001 < 0.05$ dan nilai t hitung yaitu 11.359, dengan $t_{tabel} = t(\alpha/2; n-k-1)$, maka $t = (0.025; 97) = 1.984$. sehingga dapat disimpulkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($11.359 > 1.984$) maka H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima. Artinya terdapat pengaruh secara parsial dan signifikan antara harga terhadap volume penjualan pada Pangsit Goreng Viral Tangerang Selatan.

Tabel 15 Hasil Uji t parsial antara Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Volume Penjualan(Y)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.071	1.737		1.193	.236
	Kualitas Pelayanan	.935	.044	.908	21.393	<.001

a. Dependent Variable: Volume Penjualan

Sumber: Data diolah SPSS (2023)

Berdasarkan hasil uji t pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh kualitas pelayanan (X2) terhadap volume penjualan (Y) adalah $0.001 < 0.05$ dan nilai t hitung yaitu 21.393, dengan t tabel = $t(\alpha/2; n-k-1)$, maka $t = (0.025; 97) = 1.984$. sehingga dapat disimpulkan bahwa t hitung $> t$ tabel ($21.393 > 1.984$) maka H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima. Artinya terdapat pengaruh secara parsial dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap volume penjualan pada Pangsit Goreng Viral Tangerang Selatan

Uji f

Tabel 16 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5831.749	2	2915.875	253.423	<.001 ^b
	Residual	1104.574	96	11.506		
	Total	6936.323	98			

a. Dependent Variable: VOLUME PENJUALAN
b. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, HARGA

Sumber: Data diolah SPSS (2023)

Berdasarkan hasil uji f pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) secara simultan terhadap volume penjualan (Y) adalah sebesar $0.001 < 0.05$ dan nilai f hitung sebesar $253.423 > f$ tabel 1.98, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima yang berarti terdapat pengaruh harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) secara simultan terhadap volume penjualan (Y) pada Pangsit Goreng Viral Tangerang Selatan

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pangsit Goreng Viral Tangerang Selatan, ditemukan bahwa harga dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan. Harga yang lebih terjangkau berkontribusi sebesar 57.1% terhadap peningkatan volume penjualan, dengan nilai koefisien regresi sebesar 0.175 dan thitung $11.359 \geq t$ tabel 1.984, menunjukkan bahwa semakin baik harga yang ditawarkan, semakin tinggi pula volume penjualan. Selain itu, kualitas pelayanan juga memiliki pengaruh yang lebih besar, yaitu sebesar 67.5%, dengan nilai koefisien regresi 0.794 dan thitung $21.393 \geq t$ tabel 1.984, yang berarti semakin baik kualitas pelayanan, semakin meningkat pula volume penjualan. Secara simultan,

harga dan kualitas pelayanan memberikan kontribusi sebesar 84.1% terhadap volume penjualan, dengan koefisien regresi sebesar 1.038 dan nilai sig $0.001 < 0.05$, menunjukkan hubungan yang sangat kuat.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Abdullah, K., Jannah, M., Hasda, S., Taqwin, Masita, Ardiawan, K. N., & Sari, M. E. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Ali, M. M., & Suciana, A. (2019). The influencee of location, price and service quality on a house purchase decision. *International Journal of Business Marketing and Management*, 4(8), 2456-4559.
- Djaslim Saladin. (2013). Manajemen Pemasaran Ringkasan Praktik, teori, aplikasi, dan tanya jawab. Linda Karya. Bandung
- Hikmawati, F. (2020). Metode Penelitian (4 ed.). PT RajaGrafindo Persada.
- Kotler dan Armstrong, 2012. *Dasar-Dasar pemasaran*, Alih Bahasa : Alexander Sindoro, Jakarta, Prehallindo
- Kotler, Pjilip dan Gary Armstrong. 2013. *Principle of marketing*, edisi 15. *Pearson prentice hall. New jersey*
- Lesmana, N., Hakim, I., Sanjaya, A., Witiyastuty, H., Jamal, I., & Herman, H. (2022). Manajemen Pemasaran. Strategy Cita Semesta.
- Malau, 2017. *Manajemen Pemasaran : Teori dan Aplikasi pemasaran era modernisasi Global*, (cet. 1 ed.) Alfabeta, Bandung
- Malayu S.P. Hasibuan. 2015. Manajemen : Dasar, pengertian dan masalah. Bumi Aksara. Jakarta
- Mukarom, Zaenal dan Muhibudin Wijaya Laksana, 2015. *Manajemen pelayanan public*. (cet. 1 ed.) Bandung : CV Pustaka Setia
- Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Rosmawati, & Fatima, M. (2021). Teori Perilaku Konsumen. PT. Nasya Expanding Management.
- Nuryadi, Astuti, T. D., Utami, E. S., & Budiantara, M. (2017). Dasar-Dasar Statistik Penelitian. Sibuku Media.
- Widodo, S., Ladyani, F., Asrianto, L. O., Rusdi, Khairunnisa, Lestari, S. M. P., Devriany, A., Hidayat, A., Dalfian, Nurcahyati, S., Sjahriani, T., Armi, Widya, N., & Rogayah. (2023). Buku Ajar Metode Penelitian (1 ed.). CV Science Techno Direct.

JURNAL :

- Adlini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., Chotimah, O., & Merliyana, S. J. (2022). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka. *Jurnal Pendidikan*, 6(1).
- Arianto, N., & Difa, S. A. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada PT Nirwana Gemilang Property. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 3(2).
- Bria, D. K., & Gemina, D. (2017). Pengaruh Harga Jual Produk dan Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Dragon Produk Indonesia Caringin Kabupaten Bogor. *Jurnal Visionida*, 3(2), 25-38.
- Bulu, D., Pramitasari, T. D., & Minullah, M. (2024). Pengaruh Brand Image, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Riski Pakan Burung Di Situbondo Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (Jme)*, 3(10), 2055-2069.
- Candra, K., Siregar, R. M., Candra, D., Yonatan, Y., & Ramadani, A. (2024). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Volume Penjualan Dan Kepuasan Konsumen

- Sebagai Variabel Moderasi Pada Pt Ocean Centra Furnindo. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (Mea)*, 8(1), 1237-1252.
- Fajri, B. R. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Concierge Terhadap Kepuasan Konsumen Di Hotel Mercure Serpong Alam Sutera* (Doctoral Dissertation, Poltekpar Nhi Bandung).
- Fauzi, A. (2022). *Pengaruh Desain User Interface, Harga Produk Dan Reputasi Merchant Terhadap Keputusan Pembelian Gadget Di Tokopedia (Studi Kasus Mahasiswa Stie Indonesia)* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).
- Fauziah, U. U., Eldine, A., & Sume, S. A. (2019). Sales Promotion Dan Harga Terhadap Volume Penjualan. *Manager : Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(1), 145–160. <https://doi.org/10.32832/manager.v2i1.1873>
- Fibrianingsih, S. (2019). *Pengaruh Harga, Kualitas Layanan, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Transportasi Online Go-Jek (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Muhammadiyah Gresik)* (Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Gresik).
- Haqiqi, K., Rahayu, K., & Agustina, H. F. (2024). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Mobil Penumpang Mitsubishi Pada Pt. Lautan Berlian Utama Motor Cabang Jakarta Barat. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen*, 3(1).
- Hosseini, S. M., Etesaminia, S., & Jafari, M. (2016). Identifying eleven factors of service marketing Mix (4Ps) effective on tendency of patients toward private hospital. *Materia socio-medica*, 28(5), 366.
- Joshua, D., & Padmalia, M. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Entrepreneur Dan Entrepreneurship*, 5(1), 27–32. <https://doi.org/10.37715/jee.v5i1.384>
- Juliansyah, T., & Mustakim, M. (2024). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Brand Panama Pada Summarecon Mall Serpong Di Tangerang. *Journal Of Research And Publication Innovation*, 2(1), 836-846.
- Kaheriyah, F. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Excellent Kids Game Muara Teweh. *Jurnal Ilmu Ekonomi (Manajemen Perusahaan) Dan Bisnis*, 6(1).
- Kasanti, N., Wijaya, A., & Suandry, S. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk safety merek Proguard pada PT AIM safety Indonesia. *AJIE (Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship)*, 43-51.
- Kencana, S. (2019). Analisis Strategi Penetapan Harga SKM. CLOTHING. *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi)*, (2), 1003-1011.
- Losung, M. M., Lapian, J. S., & Mandagie, Y. (2021). Analisis Segmenting, Targeting, Dan Positioning Terhadap Keputusan Nasabah Pengguna Produk Kreasi Pt. Pegadaian (Persero) Upc Ratahan. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3).
- Manao, I. K. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Volume Penjualan Di Ud. Anis Berkat Kecamatan Telukdalam. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 7(2), 204-215.
- Mauludin, M. S. (2022). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Transaksi Di e-Commerce. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 1(1), 108-123.
- Nasution, A. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Alat Kesehatan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pt. Dyza Sejahtera Medan. *Jurnal Warta*.

- Neisia, T. C., Kalangi, J. A., & Walangitan, O. (2018). Pengaruh Harga Terhadap Penjualan Produk Motor Yamaha Mio Pada PT. Hasjrat Abadi Outlet Karombasan Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 6(003).
- Nurlela, I., Yanti, R. A. E., & Aryansyah, F. (2021). Pengaruh Penetapan Harga Jual terhadap Volume Penjualan. *J-KIP (Jurnal Keguruan Dan Ilmu Pendidikan)*, 2(3), 179-184.
- Pekerti, M. T., Junaida, E., & Meutia, R. (2022). Pengaruh Keragaman Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Brandan Donuts Di Pangkalan Berandan. *Jurnal Manajemen Akuntansi (Jumsi)*, 2(3), 694-699.
- Petege, A., Worang, F. G., & Ogi, I. W. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Tabungan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Sulut Go Cabang Utama Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(2).
- Purwanto, H. (2020). Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *EKOBIS: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 8(1), 65-74.
- Putra, F. D. (2017). Pengaruh Volume Penjualan Dan Biaya Produksi Kalung Terhadap Laba Pada Hidayah Shop Kuta-Badung. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9(2), 462-472.
- Rezeki, S. (2024). Pengaruh Promosi Penjualan dan Persediaan Terhadap Volume Penjualan Pada PT Kingled Indonesia. *Senashtek 2024*, 2(1), 351-358.
- Riyadin, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Keluarga Berencana Di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur (Studi Kasus Pada Desa Pekalongan). *Jurnal Simplex*, 2(1).
- Rini, V. O. (2021). Analisis Volume Penjualan Ditinjau dari Pemilihan Bahan Baku dan Persaingan Harga Pada UD. Sumber Hidup, Lumajang.
- Rosidin, M. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan. Pembelian Kartu Selular Telkomsel Di Lumajang
- Rufi'ah, S., & Utiyati, S. (2022). Pengaruh Rasio Keuangan Terhadap Laba Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Kesehatan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (Jirm)*, 11(9).
- Sartika, T. (2021). *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Web Tracking System Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pt Dakota Cargo Bekasi)* (Doctoral Dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).
- Sari, A. W., & Khuzaini, K. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Harga Saham. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (Jirm)*, 10(2).
- Sijabat, D. M., & Martini, N. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Restoran Mie Gacoan Cabang Karawang. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(12), 125-132.
- Talumewo, J. G., Kalangi, J. A., & Rogahang, J. J. (2021). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Pangkalan Gas LPG 3 Kg Christian D. Assa di Desa Pontak Kecamatan Ranoyapo. *Productivity*, 2(5), 378-383.
- Violin, V. (2019). Pengaruh Harga Pokok Produksi Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Semen Bosowa Maros. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 8(2).
- Zebua, D. P. F., Gea, N. E., & Mendrofa, R. N. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk di CV. Bintang Keramik Gunungsitoli. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(4), 1299-1307