



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 5 Nomor 1 Tahun 2025 Page 2619-2636

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Pengaruh Harga Bahan Baku Tempe dan Kualitas Tempe Terhadap Penjualan Tempe pada Pabrik Tempe Super Raos Kramat Jati

Tamalyah Ridhoningsih^{1✉}, Iman Chaerudin², Darka³

Universitas Pertiwi

Email: 20120133@pertiwi.ac.id^{1✉}

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga bahan baku tempe dan kualitas tempe terhadap penjualan tempe yang terdapat di Pabrik Tempe Super Raos di Kecamatan Kramat Jati. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pengumpulan data melalui observasi dan wawancara terhadap pengelola pabrik serta penyebaran kuisisioner kepada pelanggan yang membeli produk tempe di pabrik tersebut. Metode analisis dilakukan menggunakan metode regresi linier berganda untuk menguji hubungan antara variabel harga dan kualitas terhadap tingkat penjualan. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini akan menggunakan teknik random sampling. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh antara Harga dan Kualitas secara bersama-sama terhadap Penjualan pada Pabrik Tempe Super Raos karena nilai F hitung (157,196) lebih besar daripada nilai F tabel (3,10). Sehingga H1 diterima dan dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh dalam penelitian mengenai pengaruh Harga Bahan Baku Tempe dan Kualitas Tempe secara bersama-sama terhadap Penjualan Tempe di Pabrik Tempe Super Raos. Kemudian, Harga dan Kualitas secara bersama-sama memiliki nilai r sebesar 0,548. Maka, dapat disimpulkan bahwa Harga dan Kualitas secara bersama-sama memiliki pengaruh positif yang cukup kuat terhadap Penjualan Tempe serta memiliki kontribusi pengaruh sebesar 0,776 atau 77%, terhadap variabel penjualan pada Pabrik Tempe Super Raos. Sedangkan, sisanya 23% (100% - 77% = 23%) dapat dipengaruhi oleh variabel lain. Selain itu, terdapat persamaan regresi yang dapat digunakan untuk memprediksi variabel penjualan tempe melalui variabel harga dan kualitas bersama-sama yaitu $Y = 7,417Y + 0,245X_1 + 0,447X_2$.

Kata Kunci : *Harga, Kualitas Produk, Penjualan Produk*

Abstract

This study aims to determine the influence of tempe raw material prices and tempeh quality on tempe sales at the Super Raos Tempe Factory in Kramat Jati District. This study uses a quantitative research method by collecting data through observation and interviews with factory managers and distributing questionnaires to customers who buy tempe products at the factory. The analysis method was carried out using the multiple linear regression method to test the relationship between price variables and quality on sales levels. The sampling technique in this study will use random sampling techniques. The results of this study show that there is an influence between Price and Quality together on Sales at the Super Raos Tempe Factory because the F value of the calculation (157.196) is greater than the F value of the table (3.10). So that H1 is accepted and it can be said that there is an influence in the research on the influence of Tempe Raw Material Prices and Tempe Quality together on Tempe Sales at the Super Raos Tempe Factory. Then, Price and Quality together have an r value of 0.548. Thus, it can be concluded that Price and Quality together have a strong positive influence on Tempe Sales and have an influence contribution of 0.776 or 77%, on the sales variable at the Super Raos Tempe Factory. Meanwhile, the remaining 23% (100%-77% = 23%) can be influenced by other variables. In addition, there is a regression equation that can be used to predict tempe sales variables through price and quality variables together, namely $Y = 7,417Y + 0,245X_1 + 0,447X_2$.

Keywords: *Price, Product Quality, Product Sales*

PENDAHULUAN

Pada saat era modern ini ternyata masih banyak masyarakat Indonesia yang mengkonsumsi makanan tradisional salah satunya yaitu tempe. Konsumsi tempe pada masyarakat Indonesia masih signifikan, karena kandungan nilai gizi pada tempe serta harganya yang cukup terjangkau bagi kalangan menengah atas ataupun menengah kebawah. Dalam memenangkan persaingan di pasar yang semakin kompetitif, para pengusaha tempe dituntut untuk menghadirkan produk dengan kualitas tinggi tetapi juga memiliki harga yang terjangkau. Dengan memadukan harga yang terjangkau dengan kualitas yang tinggi, produk tempe dapat terus berkembang dan mendapatkan tempat di hati konsumen, baik di pasar domestik maupun internasional.

Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kenaikan harga bahan baku kedelai dari tahun 2021 hingga tahun 2023 secara langsung mempengaruhi harga jual tempe, yang pada akhirnya berdampak pada volume penjualan yang semakin berkurang. Hal tersebut disebabkan karena menurunnya permintaan tempe. Fluktuasi harga kedelai yang terjadi saat ini dapat dipengaruhi karena melemahnya nilai tukar rupiah terhadap dollar AS, peningkatan biaya impor, serta fluktuasi pasar global.

Menurut Chaerudin (2021), Harga adalah unit moneter atau pengukuran yang berbeda (termasuk barang dan jasa) yang dipertukarkan untuk mendapatkan hak kepemilikan atau penggunaan barang dan jasa yang diinginkan oleh konsumen, sehingga dapat memenuhi kebutuhan pada konsumen. Sedangkan menurut Tjiptono (2014), harga merupakan faktor langsung yang mempengaruhi laba perusahaan, karena jumlah barang yang terjual akan dipengaruhi oleh harga yang telah ditetapkan. Maka, jumlah barang yang terjual akan mempengaruhi biaya yang dikeluarkan karena efisiensi produksi. Akibatnya, akan memiliki pengaruh tidak langsung terhadap biaya.

Kenaikan harga produk tempe yang terjadi di Pabrik Tempe Super Raos setiap tahunnya dalam kurun waktu tiga tahun terakhir dipengaruhi oleh kenaikan harga bahan baku pada tempe serta terjadinya inflasi di Indonesia. Oleh karena itu, Pabrik Tempe Super Raos harus terus menyesuaikan harga jual tempe tiap tahunnya untuk menjaga profitabilitas perusahaan, meskipun hal ini berpotensi mempengaruhi daya beli konsumen. Selain harga, kualitas tempe juga menjadi faktor penentu dalam menarik minat konsumen. Kualitas produk memiliki peran penting dalam keberhasilan dan pertumbuhan suatu bisnis. Perusahaan yang menghasilkan produk berkualitas tinggi akan mendapatkan keuntungan lebih dibandingkan dengan memproduksi produk berkualitas rendah. Hal ini berarti, konsumen cenderung bersedia membeli barang dengan harga yang wajar atau terjangkau jika produk tersebut memiliki kualitas yang baik.

Menurut Bairizki, A. (2017) kualitas produk merupakan kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya, termasuk aspek seperti daya tahan, kenadalan, ketepatan, kemudahan penggunaan, operasi dan perbaikan, serta atribut lainnya. Jika suatu produk mampu menjalankan fungsinya dengan baik, maka produk tersebut dianggap memiliki kualitas yang baik. Menurut Nurfauzi et al., (2023) kualitas produk adalah gabungan dari atribut dan fitur yang menentukan sejauh mana hasil tersebut dapat memenuhi kebutuhan pelanggan. Sedangkan, menurut Widyaningrum (2014) kualitas produk adalah tingkat kepuasan konsumen terhadap mutu barang atau produk yang dibeli untuk memenuhi berbagai kebutuhan konsumen

Berkaitan dengan pendapat tersebut, kualitas produk tempe yang diproduksi oleh Pabrik Tempe Super Raos tidak hanya diukur dari kemampuan produk untuk memenuhi kebutuhan dasar konsumen seperti rasa dan tekstur pada produk tempe, tetapi juga dari aspek lain yang tidak disadari oleh konsumen, seperti kandungan gizi, konsistensi produk serta kepatuhan produk terhadap standar pangan. Seiring dengan terjadinya fluktuasi harga kacang kedelai, biaya produksi tempe mengalami kenaikan. Sebagai contoh di Pabrik Tempe

Super Raos, apabila harga tempe yang sebelumnya dijual seharga Rp. 10.000/kg, konsumen dapat memperoleh 1 kg tempe dengan kualitas yang baik. Namun, saat harga kacang kedelai meningkat, produsen terpaksa menaikkan harga jual tempe menjadi Rp.12.000/kg, sementara kualitas tempe yang diterima konsumen dapat menurun, baik dari segi ukuran maupun kandungan gizi, akibat penyesuaian bahan baku. Hal ini mencerminkan dampak negatif dari fluktuasi harga bahan baku yang tidak hanya mempengaruhi harga jual, tetapi juga mempengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas tempe yang diterima.

Namun, jika kualitas tempe yang diproduksi oleh Pabrik Tempe Super Raos mampu memenuhi atau bahkan melampaui harapan konsumen, baik yang disadari maupun yang tidak disadari, hal ini akan berdampak positif pada kepuasan konsumen, meningkatkan loyalitas serta dapat mendukung peningkatan penjualan. Menurut Segati (2018) penjualan dapat diartikan sebagai suatu ilmu dan seni dalam mempengaruhi individu, dimana tenaga penjualan berupaya meyakinkan orang lain untuk membeli produk barang dan jasa yang ditawarkan. Menurut Sianipar (2022) Penjualan adalah puncak dari Seluruh aktivitas perusahaan yang bertujuan untuk mencapai target yang telah ditetapkan. Volume penjualan adalah jumlah penjualan yang diukur secara kuantitatif berdasarkan fisik atau unit produk tertentu yang ada pada perusahaan perubahan dalam penjualan dapat dilihat dari jumlah unit produk kg atau produk yang terjual (Widyaningrum, 2014).

Selain itu, terdapat teori penjualan relasional yang menekankan pentingnya pengembangan dan pemeliharaan hubungan jangka panjang antara produsen dan konsumen untuk mencapai interaksi penjualan yang sukses (Arlı et al., 2017). Pabrik Tempe Super Raos dapat menerapkan prinsip teori penjualan relasional seperti menyediakan tempe berkualitas tinggi secara konsisten, mendengarkan umpan balik dari konsumen, serta menyediakan varian produk tempe yang sesuai dengan preferensi pelanggan. Penerapan prinsip tersebut dapat memperkuat hubungan dengan konsumen, dan meningkatkan penjualan melalui loyalitas dan rekomendasi pelanggan yang lebih besar. Adapun data penjualan tempe di Pabrik Tempe Super Raos pada tahun 2021-2023 antara lain, sebagai berikut.

Tabel 1. Penjualan tempe Pabrik Tempe Super Raos (2021-2023)

Tahun	Target Penjualan (Kg)	Realisasi Penjualan (Kg)	Selisih Penjualan (Kg)	Persentase (%)
2021	36.000	34.200	1.800	95%
2022	32.400	31.320	1.080	96,67%
2023	30.600	28.800	1.800	94,12%

Berdasarkan tabel tersebut penjualan tempe di Pabrik Tempe Super Raos

menunjukkan bahwa selama tiga tahun berturut-turut, terlihat bahwa target penjualan tempe belum tercapai di setiap tahunnya. Pada tahun 2021 penjualan di Pabrik Tempe Super Raos hampir mencapai target, namun masih terdapat kekurangan sebesar 1.800 kg atau 5%. Hal tersebut disebabkan karena kenaikan harga bahan baku kedelai yang mempengaruhi harga jual tempe, yang membuat daya beli konsumen menurun. Pada tahun 2022, meskipun harga bahan baku sempat stabil, namun kualitas tempe sedikit menurun karena fluktuasi ketersediaan bahan baku berkualitas tinggi. Hal tersebut berimbas pada penurunan kepercayaan konsumen terhadap produk, sehingga realisasi penjualan hanya mencapai 96,67% dari target. Sedangkan pada tahun 2023 terjadi penurunan yang signifikan dalam realisasi penjualan dengan selisih sebesar 1.800 kg atau 5,88% dari target. Hal tersebut terjadi karena adanya kenaikan harga bahan baku di pasar global yang kembali terjadi. Selain itu, produsen juga harus menjaga kualitas tempe yang konsisten disaat fluktuasi harga dan pasokan bahan baku. Hal ini mengakibatkan penurunan penjualan yang cukup signifikan dibandingkan dua tahun sebelumnya.

Dalam penelitian ini menunjukkan dua faktor utama yang mempengaruhi hasil penjualan tempe di Pabrik Tempe Super Raos selama tiga tahun terakhir yaitu harga bahan baku dan kualitas tempe. Fluktuasi harga kedelai mempengaruhi harga jual produk dan daya beli konsumen. Hal tersebut mengakibatkan produsen untuk menekan margin keuntungan. Selain itu penurunan kualitas tempe secara langsung mempengaruhi kepercayaan konsumen dan loyalitas terhadap produk.

Selama beberapa tahun terakhir, industri tempe terus berkembang seiring dengan meningkatnya permintaan akan produk tempe. Namun, Pabrik Tempe Super Raos harus menghadapi tantangan untuk terus berinovasi dalam menjaga kualitas produk, mengendalikan biaya produksi, dan beradaptasi dengan perubahan harga bahan baku. Mengingat masih terjadinya fenomena masalah mengenai harga dan kualitas maka hal tersebut berimbas pada terjadinya fenomena masalah yang berkaitan mengenai penjualan produk. Fenomena mengenai masalah penjualan produk tersebut adalah menurunnya penjualan produk tempe yang disebabkan karena naiknya harga bahan baku tempe terutama kacang kedelai yang menyebabkan harga tempe ikut naik yang pada akhirnya mempengaruhi penjualan. Selain itu, jika kualitas tempe menurun karena bahan baku yang digunakan kurang baik atau proses produksinya tidak optimal, maka konsumen akan kecewa dan bisa beralih ke produk lain.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Pada penelitian ini metode penelitian yang digunakan merupakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian ini melibatkan penggunaan angka, mulai dari pengumpulan data, interpretasi data, hingga penyajian hasil penelitian (Siyoto et al., 2015).

Obyek dan Waktu Penelitian

Objek penelitian ini yaitu Tempe. Lokasi penelitian ini dilakukan di Pabrik Tempe Super Raos Kramat Jati bagi konsumen yang langsung membeli produk tempe ini pada pabriknya, karena pengumpulan data yang akan dilakukan dengan menggunakan kuisisioner yang akan diisi menggunakan google form maupun pada lembar kuisisioner yang akan disediakan. Penelitian ini diawali pada bulan Agustus 2024 dengan memohon izin kepada pemilik Pabrik Tempe Super Raos di Kramat Jati. Penulis akan melakukan survei pra penelitian hingga melaksanakan kegiatan penelitian pada bulan Agustus 2024 hingga bulan Desember 2024. Bulan September 2024 hingga Oktober 2024, penulis akan melaksanakan bimbingan. Bulan Oktober 2024, penulis melaksanakan sidang seminar proposal. Kemudian pada bulan yang sama, penulis akan melaksanakan pengambilan data kuisisioner. Kemudian pada akhir bulan Desember 2024, penulis akan melaksanakan bimbingan untuk memaparkan hasil pengolahan data.

Populasi, Sampel, dan Teknik Pengumpulan Data

Populasi dalam penelitian ini mencakup semua konsumen yang membeli tempe di Pabrik Tempe Super Raos selama periode 2021-2023. Sampel pada penelitian sebanyak 94 konsumen sebagai responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu kuisisioner dan dokumentasi.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis digunakan untuk mengolah, menginterpretasikan dan menarik kesimpulan dari data yang telah dikumpulkan dalam penelitian. Tujuan teknik analisis yaitu menjawab pertanyaan pada penelitian, menguji hipotesis, serta mengeksplorasi hubungan dan pola dalam data pada penelitian. Teknik analisis data dalam penelitian ini yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, metode analisis deskriptif, dan metode analisis kuantitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Tabel 2. Hasil Deskriptif Statistik

		STATISTIC		
		Harga	Kualitas	Penjualan
N	Valid	94	94	94
	Missing	0	0	0
Mean		28.34	58.87	40.68
Median		28.00	59.00	42.00
Mode		24 ^a	65	42
Std. Deviation		3.500	4.424	2.897
Sum		2664	5534	3824

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

Berdasarkan dapat disimpulkan bahwa pada variable harga memiliki rata-rata yang lebih rendah dan pada variable kualitas lebih tinggi, untuk variable penjualan cenderung stabil di angka sekitar 40-42, yang menunjukkan adanya hubungan antara harga dan kualitas terhadap penjualan yang perlu dianalisis lebih lanjut dalam penelitian ini.

Pengujian Instrumen Penelitian

Uji Validitas

Berdasarkan hasil uji validitas pada variabel harga (X1), variabel Kualitas (X2), dan variabel Penjualan (Y) yang disajikan, dapat disimpulkan bahwa semua item yang diuji memiliki nilai R-Hitung yang lebih besar dari nilai R-Tabel, yang menunjukkan bahwa setiap item valid.

Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas yang dilakukan terhadap variabel harga (X1), variabel Kualitas (X2), dan variabel Penjualan (Y) yang disajikan, diperoleh nilai *Alpha Cronbach's* untuk variabel harga sebesar 0,626. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa item pernyataan pada variabel harga yang diuji menunjukkan tingkat reliabilitas yang baik ($0,626 > 0,6$) dan dinyatakan *reliable*.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Pengujian Normalitas Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
Unstandardized Residual	
N	94

Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.37248307
Most Extreme Differences	Absolute	.113
	Positive	.087
	Negative	-.113
Kolmogorov-Smirnov Z		1.092
Asymp. Sig. (2-tailed)		.184

a. Test distribution is Normal.

Berdasarkan hasil uji Kolmogorov-Smirnov tersebut, bahwa terdapat nilai *Asymptotic Significance (2-tailed)* atau juga bisa dikenal dengan nilai p-value sebesar 0.184 atau 18% lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05 (5%). Hal tersebut menunjukkan bahwa data residu dalam sampel ini tidak menunjukkan penyimpangan yang signifikan dari distribusi normal. Oleh karena itu, dalam penelitian ini dapat menerima hipotesis nol dan menyimpulkan bahwa data tersebut terdistribusi normal.

2. Uji Linearitas

Berdasarkan dari tabel hasil pengujian linearitas tersebut terdapat nilai *Sig. Linearity* sebesar 0,000 yang menunjukkan bahwa nilai *Sig. Linearity* tersebut < 0,05. Dengan demikian, maka uji linearitas pada variabel kualitas terhadap variabel penjualan dan kualitas dapat terpenuhi.

3. Uji Multikolinearitas

Berdasarkan hasil tabel pengujian multikolinearitas tersebut menunjukkan bahwa variabel X1 yaitu harga memiliki nilai tolerance sebesar 0,700 dengan nilai VIF sebesar 1,429. Sedangkan, pada variabel X2 yaitu kualitas memiliki nilai tolerance sebesar 0,700 dengan nilai VIF sebesar 1,429. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian tersebut data tidak terjadi gejala multikolinearitas, hal tersebut dikarenakan kedua variabel dalam penelitian memiliki nilai tolerance > 0,100 dan nilai VIF < 10,00.

Pengujian Hipotesis Penelitian

Analisis Regresi Linear Sederhana Variabel Harga Terhadap Variabel Penjualan (X1 Terhadap Y)

Berdasarkan tabel hasil analisis regresi linear sederhana diperoleh persamaan regresi yang dapat digunakan untuk memprediksi variabel penjualan tempe melalui variabel harga produk yaitu $Y' = 24,952 + 0,555 X_1$. Nilai a sebesar 24,952 memiliki makna bahwa, jika harga produk tempe pada Pabrik Tempe Super Raos tetap seperti saat ini, maka akan tetap terdapat penjualan tempe sebesar 24,952 pada Pabrik Tempe Super Raos tersebut. Sedangkan nilai b sebesar 0,671 memiliki makna bahwa, jika terjadi kenaikan satu poin pada

harga produk, maka akan mengakibatkan penjualan tempe pada Pabrik Tempe Super Raos akan naik sebesar 0,671 atau menjadi sebesar 25,623. Begitupula sebaliknya, jika terjadi penurunan satu poin pada harga produk, maka akan mengakibatkan penjualan tempe pada Pabrik Tempe Super Raos akan turun sebesar 0,671 atau menjadi sebesar 24,281.

Analisis Koefisien Korelasi Variabel Harga Terhadap Variabel Penjualan (X1 Terhadap Y)

Berdasarkan hasil analisis koefisien korelasi diperoleh nilai r sebesar 0,671. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa Harga Produk memiliki pengaruh positif kuat terhadap Penjualan Tempe. Nilai positif memiliki makna bahwa, jika terjadi peningkatan pada Harga Produk maka akan meningkat pula Penjualan Tempe pada Pabrik Tempe Super Raos. Begitupula sebaliknya, jika terjadi penurunan pada Harga Produk maka akan menurun pula Penjualan Tempe pada Pabrik Tempe Super Raos.

Analisis Koefisien Determinasi Variabel Harga Terhadap Variabel Penjualan (X1 Terhadap Y)

Berdasarkan pengujian menunjukkan bahwa hasil koefisien determinasi (R^2) variabel harga memiliki kontribusi pengaruh sebesar 0,450 atau 45%, terhadap variabel penjualan pada Pabrik Tempe Super Raos. Sedangkan, sisanya 55% ($100\% - 45\% = 55\%$) dapat dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Uji t Variabel Harga Terhadap Variabel Penjualan (X1 Terhadap Y)

Tabel 4. Hasil Pengujian Parsial (Uji T) X1 Terhadap Y

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized		Standardized	t	Sig.
		Coefficients		Coefficients		
B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	24.952	1.828		13.649	<,001
	Harga	.555	.064	.671	8.669	<,001

a. Dependent Variable: Penjualan

Berdasarkan dari tabel hasil uji t menunjukkan bahwa hasil pengujian hipotesis pada variabel harga (X1) mempunyai tingkat signifikan sebesar 0,001 dan nilai t hitung sebesar $8,669 > 1,986$. Sehingga, hasil pada variabel harga (X1) dapat disimpulkan bahwa H1 diterima, sehingga dapat dikatakan bahwa variabel harga (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel penjualan (Y) karena tingkat signifikansi yang dimiliki oleh variabel harga $< 0,05$ ($0,001 < 0,05$) dan nilai t-hitung $> t$ -tabel ($8,669 > 1,986$).

Analisis Regresi Linear Sederhana Variabel Kualitas Terhadap Variabel Penjualan (X2 Terhadap Y)

Berdasarkan tabel hasil analisis regresi linear sederhana diperoleh persamaan regresi yang dapat digunakan untuk memprediksi variabel penjualan tempe melalui variabel kualitas produk yaitu $Y' = 8,110 + 0,553 X_1$. Nilai a sebesar 8,110 memiliki makna bahwa, jika kualitas produk tempe pada Pabrik Tempe Super Raos tetap seperti saat ini, maka akan tetap terdapat penjualan tempe sebesar 8,110 pada Pabrik Tempe Super Raos tersebut. Sedangkan nilai b sebesar 0,845 memiliki makna bahwa, jika terjadi kenaikan satu poin pada kualitas produk, maka akan mengakibatkan penjualan tempe pada Pabrik Tempe Super Raos akan naik sebesar 0,845 atau menjadi sebesar 8,955. Begitupula sebaliknya, jika terjadi penurunan satu poin pada kualitas produk, maka akan mengakibatkan penjualan tempe pada Pabrik Tempe Super Raos akan turun sebesar 0,845 atau menjadi sebesar 7,265.

Analisis Koefisien Korelasi Variabel Kualitas Terhadap Variabel Penjualan (X2 Terhadap Y)

Berdasarkan hasil analisis koefisien korelasi diperoleh nilai r sebesar 0,845. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk memiliki pengaruh positif sangat kuat terhadap Penjualan Tempe. Nilai positif memiliki makna bahwa, jika terjadi peningkatan pada Kualitas Produk maka akan meningkat pula Penjualan Tempe pada Pabrik Tempe Super Raos. Begitupula sebaliknya, jika terjadi penurunan pada Kualitas Produk maka akan menurun pula Penjualan Tempe pada Pabrik Tempe Super Raos.

Analisis Koefisien Determinasi Variabel Kualitas Terhadap Variabel Penjualan (X2 Terhadap Y)

Berdasarkan tabel pengujian menunjukkan bahwa hasil koefisien determinasi (*R square*) variabel kualitas memiliki kontribusi pengaruh sebesar 0,714 atau 71,4%, terhadap variabel penjualan pada Pabrik Tempe Super Raos. Sedangkan, sisanya 28,6% ($100\% - 71,4\% = 28,6\%$) dapat dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Uji Simultan (Uji – F) Pada Variabel X1, X2 Terhadap Y

Tabel 5. Hasil Pengujian Simultan (Uji F) X1, X2 Terhadap Y

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	605.241	2	302.620	157.196	<,001 ^b
1 Residual	175.185	91	1.925		
Total	780.426	93			
a. Dependent Variable: Penjualan					
b. Predictors: (Constant), Kualitas, Harga					

Berdasarkan tabel hasil pengujian simultan (uji f) tersebut, menunjukkan bahwa dalam penelitian terdapat tingkat signifikan sebesar 0,001 dan nilai F-hitung pada penelitian

sebesar $157,196 > 3,10$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H1 diterima, sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh dalam penelitian mengenai pengaruh harga bahan baku tempe dan kualitas tempe secara bersama-sama terhadap penjualan tempe di Pabrik Tempe Super Raos. Hal tersebut diakibatkan karena nilai F-hitung pada penelitian sebesar 157,196 lebih besar daripada nilai t-tabelnya yaitu sebesar 3,10.

Pembahasan

1. Berdasarkan Analisis Deskriptif Pada Variabel X1 (Harga Produk)

- 1) Harga Produk yang terdapat pada Pabrik Tempe Super Raos yaitu Sangat Tidak Baik. Hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata dari total skor Harga Produk (X1) sebesar 28,34 yang terletak pada interval kelas 24,0 – 31,2 yaitu Sangat Tidak Baik.
- 2) Diperoleh temuan masalah mengenai Harga Produk pada soal nomor 5 karena mendapatkan nilai terendah yaitu 313. Pernyataan soal nomor 5 tersebut adalah "Harga tempe dari pesaing lebih murah dibandingkan dengan harga tempe di Pabrik Tempe Super Raos" sehingga hal ini mengindikasikan bahwa harga tempe yang diberikan kepada konsumen Pabrik Tempe Super Raos masih dirasa belum memuaskan bagi konsumen yang membeli tempe di pabrik tersebut.
- 3) Diperoleh pencapaian terbaik mengenai Harga Produk pada soal nomor 4 karena mendapatkan nilai terbesar yaitu 428. Pernyataan soal nomor 4 tersebut adalah "Jika harga tempe dari Pabrik Tempe Super Raos menurun, maka saya akan membeli lebih banyak produk tersebut" sehingga hal ini mengindikasikan bahwa Pabrik Tempe Super Raos perlu memberikan konsumen harga produk yang lebih terjangkau dengan kualitas yang diharapkan konsumen agar konsumen dapat membeli lebih banyak produk tempe yang dijual.

2. Berdasarkan Analisis Deskriptif Pada Variabel X2 (Kualitas Produk)

- 1) Kualitas Produk yang terdapat pada Pabrik Tempe Super Raos yaitu Sangat Baik. Hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata dari total skor Kualitas Produk (X2) sebesar 58,87 yang terletak pada interval kelas 53,2 – 60,4 yaitu Sangat Baik.
- 2) Diperoleh temuan masalah mengenai Kualitas Produk pada soal nomor 12 karena mendapatkan nilai terendah yaitu 390. Pernyataan soal nomor 12 tersebut adalah "Tempe dari Pabrik Tempe Super Raos tetap segar dan tidak cepat rusak meskipun disimpan untuk waktu yang cukup lama" sehingga hal ini mengindikasikan bahwa kualitas tempe yang diberikan kepada konsumen Pabrik Tempe Super Raos masih dirasa belum memuaskan bagi konsumen yang membeli tempe di pabrik tersebut.

- 3) Diperoleh pencapaian terbaik mengenai Kualitas Produk pada soal nomor 9 karena mendapatkan nilai terbesar yaitu 450. Pernyataan soal nomor 9 tersebut adalah "Pabrik Tempe Super Raos masih konsisten dalam hal kualitas produk tempe setiap kali saya membelinya" sehingga hal ini mengindikasikan bahwa Pabrik Tempe Super Raos telah mampu memberikan konsumen kualitas produk yang sesuai dengan kualitas yang diharapkan konsumen tersebut.
3. Berdasarkan Analisis Deskriptif Pada Variabel Y (Penjualan Produk)
 - 1) Penjualan Produk yang terdapat pada Pabrik Tempe Super Raos yaitu Cukup Baik. Hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata dari total skor Penjualan Produk (Y) sebesar 40,68 yang terletak pada interval kelas 38,6 – 45,8 yaitu Cukup Baik.
 - 2) Diperoleh temuan masalah mengenai Penjualan Produk pada soal nomor 5 karena mendapatkan nilai terendah yaitu 403. Pernyataan soal nomor 5 tersebut adalah "Saya merasa harga tempe dari Pabrik Tempe Super Raos sangat kompetitif dibandingkan dengan tempe dari merek lain yang saya beli" sehingga hal ini mengindikasikan bahwa harga tempe yang diberikan kepada konsumen Pabrik Tempe Super Raos masih dirasa belum memuaskan bagi konsumen yang membeli tempe di pabrik tersebut yang mengakibatkan penjualan tempe terjadi penurunan.
 - 3) Diperoleh pencapaian terbaik mengenai Penjualan Produk pada soal nomor 7 karena mendapatkan nilai terbesar yaitu 439. Pernyataan soal nomor 7 tersebut adalah "Saya merasa puas dengan peningkatan kualitas tempe yang saya beli dari Pabrik Tempe Super Raos seiring waktu" sehingga hal ini mengindikasikan bahwa Pabrik Tempe Super Raos telah mampu memberikan konsumen peningkatan kualitas produk yang sesuai dengan yang diharapkan konsumen tersebut.
 4. Berdasarkan Analisis Pengaruh Harga Produk (X1) Terhadap Penjualan Produk (Y)
 - 1) Diperoleh persamaan regresi yang dapat digunakan untuk memprediksi variabel penjualan tempe melalui variabel harga produk yaitu $Y' = 24,952 + 0,555 X_1$. Nilai a sebesar 24,952 memiliki makna bahwa, jika harga produk tempe pada Pabrik Tempe Super Raos tetap seperti saat ini, maka akan tetap terdapat penjualan tempe sebesar 24,952 pada Pabrik Tempe Super Raos tersebut. Sedangkan nilai b sebesar 0, 671 memiliki makna bahwa, jika terjadi kenaikan satu poin pada harga produk, maka akan mengakibatkan penjualan tempe pada Pabrik Tempe Super Raos akan naik sebesar 0, 671 atau menjadi sebesar 25,623. Begitupula sebaliknya, jika terjadi penurunan satu poin pada harga produk, maka akan mengakibatkan penjualan tempe pada Pabrik Tempe Super Raos akan turun sebesar 0, 671 atau menjadi sebesar 24,281.

- 2) Diperoleh nilai r sebesar 0,671. Maka, dapat disimpulkan bahwa Harga Produk memiliki pengaruh positif kuat terhadap Penjualan Tempe.
 - 3) Terdapat hasil koefisien determinasi (R^2) variabel harga memiliki kontribusi pengaruh sebesar 0,450 atau 45%, terhadap variabel penjualan pada Pabrik Tempe Super Raos. Sedangkan, sisanya 55% ($100\% - 45\% = 55\%$) dapat dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.
 - 4) Terdapat hasil pengujian hipotesis pada variabel harga (X_1) mempunyai tingkat signifikan sebesar 0,001 dan nilai t hitung sebesar $8,669 > 1,986$. Sehingga, hasil pada variabel harga (X_1) dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima, sehingga dapat dikatakan bahwa variabel harga (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel penjualan (Y) karena tingkat signifikansi yang dimiliki oleh variabel harga $< 0,05$ ($0,001 < 0,05$) dan nilai t -hitung $> t$ -tabel ($8,669 > 1,986$).
5. Berdasarkan Analisis Pengaruh Kualitas Produk (X_2) Terhadap Penjualan Produk (Y)
- 1) Diperoleh persamaan regresi yang dapat digunakan untuk memprediksi variabel penjualan tempe melalui variabel kualitas produk yaitu $Y' = 8,110 + 0,553 X_1$. Nilai a sebesar 8,110 memiliki makna bahwa, jika kualitas produk tempe pada Pabrik Tempe Super Raos tetap seperti saat ini, maka akan tetap terdapat penjualan tempe sebesar 8,110 pada Pabrik Tempe Super Raos tersebut. Sedangkan nilai b sebesar 0,845 memiliki makna bahwa, jika terjadi kenaikan satu poin pada kualitas produk, maka akan mengakibatkan penjualan tempe pada Pabrik Tempe Super Raos akan naik sebesar 0,845 atau menjadi sebesar 8,955. Begitupula sebaliknya, jika terjadi penurunan satu poin pada kualitas produk, maka akan mengakibatkan penjualan tempe pada Pabrik Tempe Super Raos akan turun sebesar 0,845 atau menjadi sebesar 7,265.
 - 2) Diperoleh nilai r sebesar 0,845. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk memiliki pengaruh positif sangat kuat terhadap Penjualan Tempe.
 - 3) Terdapat hasil koefisien determinasi (R^2) variabel kualitas memiliki kontribusi pengaruh sebesar 0,714 atau 71,4%, terhadap variabel penjualan pada Pabrik Tempe Super Raos. Sedangkan, sisanya 28,6% ($100\% - 71,4\% = 28,6\%$) dapat dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.
 - 4) Terdapat hasil uji t menunjukkan bahwa hasil pengujian hipotesis pada variabel kualitas (X_2) mempunyai tingkat signifikan sebesar 0,001 dan nilai t hitung sebesar $15,155 > 1,986$. Sehingga, hasil pada variabel kualitas (X_2) dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima, sehingga dapat dikatakan bahwa variabel kualitas (X_2) berpengaruh positif dan

signifikan terhadap variabel penjualan (Y) karena tingkat signifikansi yang dimiliki oleh variabel harga $< 0,05$ ($0,001 < 0,05$) dan nilai t-hitung $> t$ -tabel ($15,155 > 1,986$).

6. Berdasarkan Analisis Pengaruh Harga Produk (X1) Dan Kualitas Produk (X2) Terhadap Penjualan Produk (Y)

- 1) Terdapat persamaan regresi linear berganda yang terbentuk dalam penelitian ini untuk memprediksi variabel penjualan melalui variabel harga dan kualitas bersama-sama yaitu $Y = 7,417X_1 + 0,245X_2 + 0,447X_3$. Dari persamaan regresi linear berganda yang terbentuk tersebut dapat menunjukkan nilai α sebesar 7,417 dapat berartikan bahwa saat ini nilai rata-rata pada Pabrik Tempe Super Raos berkaitan dengan variabel harga dan kualitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel penjualan yang bernilai sebesar 7,417. Sedangkan, nilai koefisien regresi pada β_1 sebesar 0,245 dan pada β_2 sebesar 0,447, maka setiap terjadi kenaikan 1 unit pada variabel harga dan kualitas secara bersama-sama akan mengakibatkan meningkatkan variabel penjualan pada Pabrik Tempe Super Raos menjadi 8,109. Sebaliknya, jika terjadi penurunan 1 unit pada variabel harga dan kualitas secara bersama-sama akan mengakibatkan penurunan variabel penjualan pada Pabrik Tempe Super Raos menjadi 6,725. Berdasarkan hasil persamaan tersebut, variabel Harga maupun Kualitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Penjualan. Di antara keduanya, variabel Kualitas memiliki pengaruh lebih besar (dengan nilai koefisien regresi 0.447 dibandingkan 0.245).
- 2) Terdapat hasil uji koefisien korelasi pearson antara variabel harga dan variabel kualitas bersama-sama terhadap variabel penjualan sebesar 0,548. Hal ini menunjukkan bahwa antara variabel harga dan variabel kualitas bersama-sama memiliki hubungan terhadap variabel penjualan sebesar 0,548. Berdasarkan nilai tersebut membuktikan adanya hubungan positif yang cukup kuat antara variabel harga dan variabel kualitas terhadap variabel penjualan pada Pabrik Tempe Super Raos.
- 3) Terdapat hasil koefisien determinasi (*R square*) variabel harga dan variabel kualitas memiliki kontribusi pengaruh sebesar 0,776 atau 77%, terhadap variabel penjualan pada Pabrik Tempe Super Raos. Sedangkan, sisanya 23% ($100\% - 77\% = 23\%$) dapat dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.
- 4) Terdapat hasil pengujian simultan (uji f) tersebut, menunjukkan bahwa dalam penelitian terdapat tingkat signifikan sebesar 0,001 dan nilai F-hitung pada penelitian sebesar $157,196 > 3,10$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H1 diterima, sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh dalam penelitian mengenai

pengaruh harga bahan baku tempe dan kualitas tempe secara bersama-sama terhadap penjualan tempe di Pabrik Tempe Super Raos. Hal tersebut diakibatkan karena nilai F-hitung pada penelitian sebesar 157,196 lebih besar daripada nilai t-tabelnya yaitu sebesar 3,10.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil uraian dan penjelasan dalam penelitian terdapat beberapa kesimpulan antara lain, sebagai berikut:

1. Harga Produk yang terdapat pada Pabrik Tempe Super Raos yaitu Sangat Tidak Baik. Hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata dari total skor Harga Produk (X1) sebesar 28,34 yang terletak pada interval kelas 24,0 – 31,2 yaitu Sangat Tidak Baik.
2. Kualitas Produk yang terdapat pada Pabrik Tempe Super Raos yaitu Sangat Baik. Hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata dari total skor Kualitas Produk (X2) sebesar 58,87 yang terletak pada interval kelas 53,2 – 60,4 yaitu Sangat Baik.
3. Penjualan Produk yang terdapat pada Pabrik Tempe Super Raos yaitu Cukup Baik. Hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata dari total skor Penjualan Produk (Y) sebesar 40,68 yang terletak pada interval kelas 38,6 – 45,8 yaitu Cukup Baik.
4. Terdapat pengaruh antara Harga Produk terhadap Penjualan Produk pada Pabrik Tempe Super Raos karena nilai t hitung (8,669) lebih besar daripada nilai t tabel (1,986). Sehingga, hasil pada variabel harga (X1) dapat disimpulkan bahwa H1 diterima, sehingga dapat dikatakan bahwa variabel harga (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel penjualan (Y). Kemudian, Harga Produk memiliki nilai r sebesar 0,671. Maka, dapat disimpulkan bahwa Harga Produk memiliki pengaruh positif kuat terhadap Penjualan Tempe serta memiliki kontribusi pengaruh sebesar 0,450 atau 45%, terhadap variabel penjualan pada Pabrik Tempe Super Raos. Sedangkan, sisanya 55% (100% - 45% = 55%) dapat dipengaruhi oleh variabel lain. Selain itu, terdapat persamaan regresi yang dapat digunakan untuk memprediksi variabel penjualan tempe melalui variabel harga produk yaitu $Y' = 24,952 + 0,555 X_1$.
5. Terdapat pengaruh antara Kualitas Produk terhadap Penjualan Produk pada Pabrik Tempe Super Raos karena nilai t hitung (15,155) lebih besar daripada nilai t tabel (1,986). Sehingga, hasil pada variabel Kualitas (X2) dapat disimpulkan bahwa H1 diterima, sehingga dapat dikatakan bahwa variabel Kualitas (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel penjualan (Y). Kemudian, Kualitas Produk memiliki nilai r sebesar 0,845. Maka, dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk memiliki pengaruh positif sangat kuat

terhadap Penjualan Tempe serta memiliki kontribusi pengaruh sebesar 0,714 atau 71,4%, terhadap variabel penjualan pada Pabrik Tempe Super Raos. Sedangkan, sisanya 28,6% (100% -71,4% = 28,6%) dapat dipengaruhi oleh variabel lain. Selain itu, terdapat persamaan regresi yang dapat digunakan untuk memprediksi variabel penjualan tempe melalui variabel kualitas produk yaitu $Y' = 8,110 + 0,553 X_1$.

6. Terdapat pengaruh antara Harga dan Kualitas secara bersama-sama terhadap Penjualan pada Pabrik Tempe Super Raos karena nilai F hitung (157,196) lebih besar daripada nilai F tabel (3,10), sehingga H1 diterima dan dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh dalam penelitian mengenai pengaruh Harga Bahan Baku Tempe dan Kualitas Tempe secara bersama-sama terhadap Penjualan Tempe di Pabrik Tempe Super Raos. Kemudian, Harga dan Kualitas secara bersama-sama memiliki nilai r sebesar 0,548. Maka, dapat disimpulkan bahwa Harga dan Kualitas secara bersama-sama memiliki pengaruh positif yang cukup kuat terhadap Penjualan Tempe serta memiliki kontribusi pengaruh sebesar 0,776 atau 77%, terhadap variabel penjualan pada Pabrik Tempe Super Raos. Sedangkan, sisanya 23% (100% -77% = 23%) dapat dipengaruhi oleh variabel lain. Selain itu, terdapat persamaan regresi yang dapat digunakan untuk memprediksi variabel penjualan tempe melalui variabel harga dan kualitas bersama-sama yaitu $Y = 7,417Y + 0,245X_1 + 0,447X_2$.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, R. T. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Saung Kabogoh Di Kecamatan Cikampek. Skripsi. Bekasi: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Universitas Pertiwi.
- Aini, N. N. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Detergen Daia (Studi Kasus Pada Mini Market Madani Store Kecamatan Udanawu Kabupaten Blitar) (Doctoral dissertation, IAIN Kediri).
- Amin, N. F., Gararancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian. *Pilar*, 14 (1), 15-31
- Bairizki, A. (2017). Pengaruh harga, promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dalam meningkatkan penjualan (Studi kasus pada UD Ratna cake & cookies). *Sah: Jurnal Ilmiah*, 14 (2), 71-82.
- Chaerudin, I., & Koharudin, A. (2021). ANALISA FAKTOR KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI PT. J&T EXPRESS JAKARTA. *Journal of Economics & Business*.

- Faizin, M., GS, A. D., Mahjudin, M., Zuhro, D., & Wasesa, T. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Volume Penjualan Produk Jasa Bordir Pada Cv. Aditama Di Kota Surabaya. *Jurnal Mahasiswa Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 167-186.
- Lestari, R., Digdowiseiso, K., & Safrina, D. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA TERHADAP TINGKAT PENJUALAN MELALUI DIGITAL MARKETING UMKM INDUSTRI MAKANAN DAN MINUMAN DI KECAMATAN PANCORAN JAKARTA SELATAN SAAT PANDEMI COVID-19. *Journal of Syntax Literate*, 7(3).
- Manik, C. D. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Tingkat Penjualan. *Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*, 3(1), 40-56.
- Mehrotra, S., & Salunkhe, U. (2021). Panasonic life solutions: anchoring its future growth strategy. *Emerald Emerging Markets Case Studies*, 11(1), 1-31. <https://doi.org/10.1108/eemcs-06-2020-0247>
- Mokalu, F. O., & Tumbel, A. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Distribusi Terhadap Volume Penjualan Roti Jordan CV. Minahasa Mantap Perkasa. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1).
- Muhtarom, A., Syairozi, I., & Wardani, ND (2022). Analisis Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Customer Relationship Marketing, Dan Kepercayaan Terhadap Peningkatan Penjualan Dimediasi Loyalitas Pelanggan Pada Umkm Ayam Potong Online ELMONSU. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 5 (1), 743-755.
- Muslimin, S., Zainab, Z., & Jafar, W. (2020). Konsep Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam. *Al-Azhar Journal of Islamic Economics*, 1-11.
- Nainggolan, H., & Patimah, S. (2020). Pengaruh Biaya Bahan Baku, Biaya Tenaga Kerja Dan Biaya Overhead Pabrik Terhadap Omset Penjualan Pabrik Roti Gembung Kota Raja Km. 3 Balikpapan Kalimantan Timur. *METHOSIKA: Jurnal Akuntansi dan Keuangan Methodist*, 4 (1), 19-33.
- Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., & Asir, M. (2023). Literature Review: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(1), 183-188.
- Nuria, Al, Fa'uzobihi, FU, & Partimah, P. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien di Klinik Pratama Rawat Inap Siti Zachroh. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan)*, 8 (2), 890-899.
- Pitaloka, A. F., & Widyawati, N. (2015). Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap penjualan online shop busana muslim. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*

(JIRM), 4(7).

- Purnamasari, Y., Suwena, K. R., & Haris, I. A. (2015). Pengaruh Kualitas Produk dan harga terhadap Kepuasan Konsumen Produk m2 Fashion Online di Singaraja Tahun 2015. *Journal Jurusan Pendidikan Ekonomi*, 5(1), 1-12.
- Rustomo, R., Junengsih, J., & Yuliani, J. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan dan Daya Tarik Pasien Rawat Inap terhadap Kepuasan Pelanggan di Rumah Sakit Umum Fikri Medika Karawang. *Jurnal Manajemen: Usaha Kecil dan Menengah (UKM)*, 15 (2), 187-205.
- Sasangka, I. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap volume penjualan pada mini market minamart'90 Bandung. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 2(1), 129-154.
- Segati, A. (2018). Pengaruh persepsi sertifikasi halal, kualitas produk, dan harga terhadap persepsi peningkatan penjualan. *JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 3 (2), 159-169.
- Shi, H., Sridhar, S., & Grewal, R. (2020). Value of Inside Sales Reps in the Presence of Outside Sales Rep in Business-to-Business Selling. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3632460>
- Siahaan, S. D. N., & Putriku, A. E. (2021). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 2(2), 31-35.
- Sianipar, M. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada Pt. Jakarta Teknologi Utama (Sinar Mas Group) Medan.
- Yi, H.-T., Amenuvor, F. E., & Cha, Y.-B. (2021). Effects of Sales-Related Capabilities of Personal Selling Organizations on Individual Sales Capability, Sales Behaviors and Sales Performance in Cosmetics Personal Selling Channels. *Sustainability*, 13(7), 3937. <https://doi.org/10.3390/su13073937>
- Diana, M., Netriwati, N., & Suri, F. I. (2018). Modul pembelajaran matematika bernuansa islami dengan pendekatan inkuiri. *Desimal: Jurnal Matematika*, 1(1), 7-13.
- Rifai, J. (2021). Pengaruh Kepuasan Kerja dan Pelatihan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Divisi Service Pada PT. Cardig Anugrah Sarana Catering. Skripsi Universitas Pertiwi.
- Widyaningrum, I. Y. R. (2014). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Volume Penjualan Pada Home Industri Kripik Tempe "Abadi" Singgahan Kecamatan Kartoharjo Kabupaten Magetan. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya*, 2(1).
- Ismiati, I., & Widiyastuti, T. (2022). Analisis Harga Dan Saluran Distribusi Guna Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Home Industri Putri Kuning Desa Karangrejo). *Parsimonia-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 20-27.