
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP VOLUME PENJUALAN DI UD. ANIS BERKAT

Aluiwaauri Tafonao¹, Intan Kartika Manao² Noventinus Zagoto³

^{1,3} Dosen Universitas Nias Raya

² Mahasiswa Uniraya

alui.tafonao@gmail.com, intankartikamano@gmail.com, noventinuszagoto@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap volume penjualan di UD. Anis Berkat Kecamatan Telukdalam. Jenis penelitian ini adalah jenis kuantitatif. Jenis data penelitian ini adalah jenis data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari responden. Sumber data penelitian ini adalah dari konsumen dengan cara menggunakan angket, dengan populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 40 responden. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi sederhana. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, sehingga peneliti menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan di UD. Anis Berkat Kecamatan Telukdalam. Dalam penelitian ini peneliti menyimpulkan bahwa besarnya kontribusi pengaruh kualitas pelayanan (ketetapan waktu, sopan, konsistensi, kenyamanan dan ketuntasan) terhadap volume penjualan di UD. Anis Berkat. Sementara sisanya dipengaruhi oleh daya tanggap, kehandalan dan kepastian.

Kata Kunci: *Kualitas pelayanan; volume penjualan*

Abstract

This research is to determine the effect of service quality on sales volume at UD. Anis Berkat Telukdalam district. The type of data for this research is primary data, namely data obtained directly from respondents. The data source for this research is from consumers using a questionnaire, with the population dan sample in this research being 40 respondents. The data analysis with $y = 19,248 + 0,543X$ values. Based on the calculated t value, the researcher concludes that service quality has a positive and significant effect on sales volume at UD. Anis Berkat to teludalam sub-district. In this studi, the researcher concluded that the contribution of service quality (punctuality, politeness, consistency, comfort and thoughtness) to sales volume at UD. Anis Berkat was. while the remaining influenced by responsiveness, reliability and certainty.

Keywords: *Quality of service; Sales volume*

A. Pendahuluan

Dalam persaingan yang makin ketat ini, banyak perusahaan yang berlomba-lomba untuk merebut hati dan minat para konsumen, dengan memenuhi segala permintaan kebutuhan masyarakat. Dalam menghadapi persaingan yang ketat baik perusahaan yang sejenis maupun yang berbeda sama sekali. Maka pelayanan kepada konsumen menjadi sangat penting artinya bagi kehidupan suatu perusahaan, karena tanpa konsumen, maka tidak akan. Sehingga menuntut perusahaan untuk melakukan persaingan yang sangat ketat. Untuk dapat terus bertahan perusahaan dituntut untuk melakukan strategi bauran pemasaran dengan baik. Untuk meningkatkan volume penjualan perusahaan harus mampu memasarkan produknya dengan baik. Kegiatan pemasaran perusahaan akan sangat berpengaruh terhadap volume penjualan. Meningkatnya volume penjualan dapat dicapai jika strategi bauran pemasaran diterapkan dalam perusahaan dengan tepat.

Pelayanan merupakan sebuah perjanjian yang tersirat antara penyedia pelayanan pelanggan dan penerima jasa untuk saling menukar suatu nilai dengan nilai yang lain (Agusri, 2020). Pelayanan yang dikelola dengan baik akan dapat memenuhi harapan masyarakat. Kualitas pelayanan dipengaruhi oleh beberapa faktor yang dianggap penting bagi konsumen dalam menggunakan layanan jasa. Kualitas pelayanan adalah tingkat layanan yang berkaitan dengan harapan dan kebutuhan pelanggan atau pengguna. Hal ini berarti bahwa layanan tersebut berkualitas jika

perusahaan atau lembaga tertentu mampu menyediakan produk dan jasa (layanan) sesuai dengan keinginan, kebutuhan dan harapan pelanggan/pengguna. Kualitas pelayanan dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan. Kualitas pelayanan yang baik sangatlah penting dalam mempertahankan kepuasan konsumen, karena bentuk pelayanan yang berkualitas dapat menarik perhatian dari konsumen. Sehingga kualitas pelayanan itu menjadi suatu tindakan atau kegiatan untuk mengukur seberapa baik tingkat pelayanan yang diberikan mampu sesuai dengan harapan konsumen.

Penjualan adalah suatu kegiatan yang terdiri dari transaksi penjualan barang atau jasa, secara kredit maupun tunai (Rangkuti, 2019). Penjualan juga memegang peran penting agar produk yang dihasilkan oleh perusahaan dapat terjual dan memberikan penghasilan bagi perusahaan. Kegiatan penjualan yang dilaksanakan oleh perusahaan bertujuan untuk mencapai volume penjualan yang diharapkan dan menguntungkan untuk mencapai laba maksimum bagi perusahaan. Semakin besar jumlah penjualan yang dihasilkan perusahaan, semakin besar kemungkinan laba yang akan dihasilkan perusahaan. Volume penjualan menjadi tujuan utama perusahaan, oleh karena itu volume penjualan merupakan salah satu hal penting yang harus dievaluasi untuk kemungkinan perusahaan agar tidak mengalami kerugian. Jika volume penjualan pada suatu perusahaan dapat ditingkatkan, itu artinya laba dalam perusahaan tersebut juga akan

meningkat. Volume penjualan dapat meningkat apabila pelayanan terhadap konsumen dilakukan dengan baik. Pada umumnya pelayanan dilakukan oleh para penjual melalui karyawan atau pemilik usaha langsung. Dalam persaingan antar Usaha Dagang yang semakin tajam, kualitas pelayanan merupakan suatu strategi yang digunakan untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima/peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Konsumen akan semakin giat membeli barang dagangan yang ditawarkan apabila pelayanan terhadapnya dilakukan dengan baik, oleh karena itu setiap pelaku usaha berupaya melakukan pelayanan yang berkualitas.

Dalam penelitian ini, penulis memilih objek pada UD. Anis Berkas UD. Anis Berkas yang berada di jalan kueni nomor 12 Kelurahan Pasar Telukdalam. Usaha dagang ini merupakan usaha yang bergerak di bidang penjualan kosmetik (bedak, lipstik, parfum), perlengkapan mandi, dan lain sebagainya. Ketatnya persaingan di masa sekarang membuat UD. Anis Berkas Kecamatan Telukdalam harus memikirkan strategi yang bagus guna menarik bahkan mempertahankan konsumennya. Secara umum saluran distribusi yang semakin luas akan menimbulkan biaya yang lebih besar, tetapi semakin luasnya saluran distribusi maka produk perusahaan akan semakin dikenal oleh masyarakat luas dan mendorong naiknya angka penjualan yang akhirnya

berdampak pada peningkatan volume penjualan.

Berdasarkan hasil observasi awal penulis, bahwa fenomena yang terjadi dilapangan bahwa UD. Anis Berkas tetap menjalankan usaha dagang sebagaimana biasanya kegiatan usaha dagang lainnya. Adapun keluhan dari konsumen berupa kenyamanan konsumen dalam segi fasilitas dalam hal tempat duduk/kursi dan tempat parkir yang kurang memadai atau luas. Masih ada konsumen yang kurang nyaman atas pelayanan karyawan akibat karyawan yang kurang ramah dalam melayani konsumen, karyawan tidak mampu memberi perhatian secara personal pada konsumen yang datang sehingga volume penjualan menurun, karena terbatasnya ketersediaan produk yang di jual oleh UD. Anis Berkas, harga jual produk yang memiliki perbedaan ditempat usaha lain seperti harga sampo, bedak dan lain sebagainya.

Konsep Kualitas Pelayanan

Sudah menjadi keharusan perusahaan melakukan kualitas pelayanan yang terbaik supaya mampu bertahan dan tetap menjadi kepercayaan konsumen. Menurut Arianto (2018:83) "kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan." Menurut Sampara dalam Rachman (2021:68) "kualitas pelayanan adalah pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan standar pelayanan yang telah dilakukan dalam memberikan layanan sebagai pembanguan layanan yang baik."

Menurut Zeinal dalam Zaid (2021:108) "kualitas pelayanan adalah persepsi pelanggan tentang komponen layanan suatu produk." Menurut Indrasari

(2019:61) “kualitas pelayanan ini adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaian agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut, dikatakan bahwa *service quality* atau kualitas layanan adalah pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan.” Menurut Tjiptono dalam Pertiwi (2021:68) “kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa dan sumber daya manusia.”

Berdasarkan uraian pendapat para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh pihak perusahaan untuk meningkatkan kualitas suatu produk maupun jasa layanan yang diberikan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen.

Konsep Volume Penjualan

Dalam suatu perusahaan tujuan pemasaran adalah untuk meningkatkan volume penjualan yang menguntungkan dalam arti dapat menghasilkan pendapatan secara optimal dan meningkatkan laba perusahaan. Menurut Asri dalam Karim, dkk (2014:423), “volume penjualan adalah jumlah unit penjualan nyata perusahaan dalam satu periode tertentu.” Menurut Anogra dalam Sutopo (2012:28), “volume penjualan adalah jumlah penjualan yang ingin dicapai oleh suatu perusahaan dalam jangka waktu tertentu.” Menurut hartono, dkk (2012:889), “penjualan adalah penerimaan yang diperoleh dari pengiriman barang dagangan atau dari penyerahan pelayanan dalam bursa sebagai barang pertimbangan.” Menurut Rangkuti (2019:57) “volume penjualan merupakan pencapaian penjualan yang dinyatakan secara kuantitatif secara fisik atau volume

suatu unit produk. Menurut Kurniadi dalam Mariatun (2017) volume penjualan adalah beberapa jumlah barang yang diproduksi atau barang yang terjual dari suatu produk tertentu dalam waktu tertentu.

Dari teori diatas, maka penulis menyimpulkan bahwa volume penjualan adalah sebagai hasil kegiatan penjualan yang dicapai oleh suatu perusahaan secara nyata, dalam jumlah unit penjualan yang terjual dalam jangka waktu tertentu.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Volume Penjualan

Kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat penting yang harus dimiliki oleh perusahaan, banyak perusahaan yang sudah melakukan pelayanan yang baik karena telah menyadari bahwa pelayanan berpengaruh dengan penjualan dan konsumen. Menurut Roesanto dalam Ananda (2016), pelayanan mengacu pada penilaian-penilaian pelanggan tentang inti pelayanan, yaitu si pemberi pelayanan itu sendiri atau keseluruhan organisasi pelayanan, sebagian besar masyarakat sekarang mulai menampakkan tuntutan terhadap pelayanan prima, mereka bukan lagi sekedar membutuhkan produk yang bermutu tetapi mereka lebih senang menikmati kenyamanan dalam kualitas pelayanan.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Volume Penjualan

Dalam praktek penjualan, adakalanya kegiatan penjualan itu tidak berjalan lancar atau terjadinya penurunan volume penjualan. Menurut Kotler dalam Agusri (2019), menyatakan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi volume penjualan antara lain: 1) harga jual, faktor harga jual merupakan hal-hal yang sangat penting dan mempengaruhi

penjualan atas barang atau jasa yang dihasilkan. 2) produk dan 3) promosi.

Indikator Kualitas Pelayanan

Agar kualitas pelayanan yang diharapkan baik konsumen maupun perusahaan dapat terlaksana, maka perusahaan perlu memperhatikan indikator-indikatornya. Menurut Zaid (2021:112) indikator kualitas pelayanan yaitu sebagai berikut:

- a. Ketepatan waktu
Perusahaan jasa melayani sesuai periode waktu yang dijanjikan atau ditentukan.
- b. Sopan
Pelayanan perusahaan jasa memperlakukan pelanggannya dengan sangat sopan dan ramah.
- c. Konsistensi
Perusahaan jasa melayani pelanggannya dengan sama.
- d. Kenyamanan
Pelayanan perusahaan jasa sangat nyaman.
- e. Ketuntasan
Pelayanan perusahaan jasa sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan.
- f. Ketepatan
Perusahaan jasa melayani dengan benar setiap waktu.

Indikator Volume Penjualan

Menurut Agusri, (2019) ada beberapa indikator volume penjualan yaitu sebagai berikut:

- a. Kondisi dan kemampuan penjual
Untuk mencapai sasaran penjualan yang diharapkan, maka penjual harus memahami masalah-masalah penting yang sangat berkaitan dengan penjualan yakni jenis dan karakteristik barang yang

ditawarkan, harga produk, syarat penjualan.

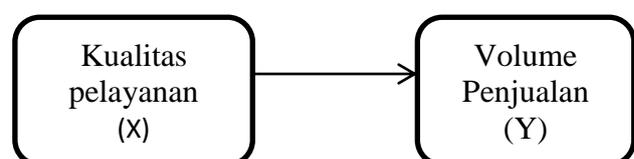
- b. Kondisi pasar.
Pasar sebagai suatu kelompok pembeli atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan, kondisi pasar yang harus diperhatikan adalah jenis pasarnya, kemampuan segmen pasar, daya beli masyarakat dan keinginan dan kebutuhan.
- c. Modal.
Modal diperlukan untuk mengelola perusahaan dan operasional perusahaan selama perusahaan hidup.
- d. Kondisi perusahaan
Dalam menangani masalah-masalah penjualan didalam suatu perusahaan dapat dilihat dari kondisi organisasi perusahaannya, apakah termasuk jenis perusahaan besar atau kecil.

Kerangka Berpikir

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Konsep alur berpikir dari setiap variabel yang digunakan menjelaskan bahwa adanya keterkaitan antara variabel kualitas pelayanan (X) baik secara parsial maupun simultan berpengaruh terhadap variabel volume penjualan (Y).

Gambar 2.1

Kerangka Berpikir



Sumber: Olahan peneliti 2023

Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara. Hipotesis dalam penelitian ini adalah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap volume penjualan.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif bersifat kausal (sebab akibat). Jenis data yaitu jenis kuantitatif, sumber data adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya, yaitu angket kepada konsumen. Tempat penelitian ini adalah di UD. Anis Berkas Kecamatan Telukdalam, sedangkan waktu penelitian ini dilakukan pada bulan juni 2023. Teknik pengumpulan data adalah teknik angket dan observasi. Uji instrumen penelitian adalah uji validitas dan reabilitas. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli di UD. Anis Berkas Kecamatan Telukdalam sebanyak 40 orang. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi linier sederhana.

C. Temuan Penelitian Dan Pembahasan

1. Temuan Penelitian

UD. Anis Berkas Kecamatan Telukdalam berdirinya pada bulan Maret tahun 2007 yang didirikan oleh Rajin Sihura. UD. Anis Berkas yang berada di Jalan Kueni Nomor 12 Kelurahan Pasar Telukdalam merupakan usaha yang bergerak di bidang penjualan kosmetik (bedak, lipstik, parfum) perlengkapan mandi, dan lain sebagainya. Ketatnya persaingan di masa sekarang membuat UD. Anis Berkas Telukdalam Kecamatan Telukdalam harus memikirkan strategi yang bagus guna menarik bahkan mempertahankan konsumennya bahkan kelangsungan hidup usahanya, dengan

menetapkan harga produk yang mudah dijangkau oleh konsumen serta memberikan pelayanan yang baik dan menerapkan promosi yang tepat adalah suatu cara dalam mencapai tujuan yang diinginkan.

Uji Validitas

Instrumen penelitian untuk uji validitas di UD. Kanaya Kecamatan Lahusa sebanyak 12 orang. Validitas pernyataan dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS sehingga dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3
Hasil Validitas Variabel Penelitian

No.	Uji Coba UD. Syukur			Ket
	R hitung K.P	R hitung V.P	R tabel	
1	0,576	0,738	0,312	Valid
2	0,581	0,647	0,312	Valid
3	0,638	0,701	0,312	Valid
4	0,714	0,734	0,312	Valid
5	0,755	0,689	0,312	Valid
6	0,746	0,644	0,312	Valid
7	0,538	0,706	0,312	Valid
8	0,602	0,545	0,312	Valid
9	0,672	0,549	0,312	Valid
10	0,570	0,372	0,312	Valid
11	0,449	0,666	0,312	Valid
12	0,637	0,709	0,312	Valid
13	0,589		0,312	Valid
14	0,373		0,312	Valid
15	0,422		0,312	Valid

Sumber: Hasil Olahan Penelitian (2022)

Berdasarkan hasil uji validitas penelitian ini di UD. Kanaya terlihat bahwa semua butir-butir instrumen penelitian kualitas pelayanan dan volume penjualan dikatakan valid karena nilai $R_{hitung} > R_{tabel}$, sehingga peneliti menguraikan tahap pengujian reliabilitas.

Uji Reliabilitas

Setelah dilakukan pengujian validitas, maka langkah selanjutnya dilakukan uji reliabilitas. Maka untuk mendapatkan hasil reliabilitas penelitian dapat diolah melalui program SPSS versi 22 sehingga dapat dilihat pada tabel Tabel 4.

Tabel 4
Uji Reabilitas Variabel Penelitian

Variabel	Cronbach's Alpha	No. Item
Kualitas pelayanan	.866	15
Volume Penjualan	.871	12

Sumber: Hasil Olahan peneliti (2023)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas di UD. Anis Berkas sebanyak 40 responden diketahui nilai Cronbach's alpha kualitas pelayanan sebesar $0,866 > 0,6$, nilai Cronbach's alpha di volume penjualan sebesar $0,871 > 0,6$, sehingga peneliti menyimpulkan bahwa butir angket untuk variabel kualitas pelayanan dan keputusan pembelian konsumen dinyatakan Reliabel.

Uji Normalitas Data

Pada pengujian uji normalitas data dilakukan melalui program SPSS Versi 22 sehingga hasil uji normalitas data penelitian dapat dilihat di tabel 5.

Tabel 5
Hasil Uji Normalitas Data

		Unstandardized Residual
N		40
Normal	Mean	.0000000
Parameter ^{a,b}	Std.	7.4670400
	Deviation	3
Most Extreme	Absolute	.148
Differences	Positive	.077

Negatively	-.148
Test Statistic	.148
Asymp. Sig. (2-tailed)	.614 ^c

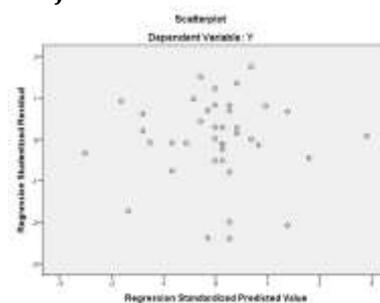
Sumber: Hasil Olahan peneliti (2023)

Berdasarkan hasil penelitian bahwa nilai Kolmogorov-Smirnov sebesar 0.148 dan Asymp Sig. (2-tailed) sebesar $0.614 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan data residu berdistribusi normal.

Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil uji normalitas data, maka adapun hasil pengujian heteroskedastisitas dapat di lihat pada Gambar 4

Gambar 4
Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Hasil olahan data peneliti (2023)

Scatter plot bahwa tidak membentuk pola tertentu atau teratur dari titik yang ada. Hal ini dapat peneliti menyimpulkan bahwa model regresi bebas dari uji asumsi klasik dan telah memenuhi asumsi dasar bahwa variasi residual sama untuk semua pengamatan.

2. Pembahasan

Pengujian Hipotesis

Pada penelitian ini ada beberapa bagian yang akan dilakukan Untuk itu pengujian yaitu Uji t, dan Koefisien Determinasi.

Uji Parsial (Uji t)

Pengujian t ini diolah melalui program SPSS 22, sehingga hasil uji t dapat dilihat Tabel 6.

Tabel 6
Hasil Uji t (Uji Parsial)

Model	Coefficients ^a		T	Sig.
	Unstandardi	zed		
	Coefficients			
	B	Std. Error		
1 (Constant)	19.248	4.685	4.373	.000
Kualitas pelayanan	.543	.168	5.670	.000

Sumber Hasil Olahan Peneliti (2023)

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Dalam perhitungan nilai determinasi diolah melalui program SPSS sebagai berikut:

Tabel 7
Hasil Uji Determinasi

Model Summary ^b		
Model	R	R Square
1	.719 ^a	.628

a. Predictors: (Constant), Fasilitas kerja

b. Dependent Variable: Kepuasan kerja pegawai

Sumber Hasil Pengujian R² Penelitian (2022)

Berdasarkan perhitungan nilai RSquare atau koefisien determinasi sebesar 0.628 dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan mampu menjelaskan variabel volume penjualan 62,8%, sedangkan 37,2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak disebut variabel penelitian.

Metode Analisis Regresi Sederhana

0 Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana yang merupakan teknik analisis statistik untuk menjelaskan keterkaitan variabel terikat dengan variabel bebas. Berdasarkan hasil nilai model regresi sederhana sehingga dapat dilihat di bawah ini.

$$Y = 19,248 + 0,543 X$$

Inteprestasi hasil persamaan regresi linier sederhana dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Konstanta (y)= 19,381 menunjukkan nilai keputusan pembelian konsumen pada produk Kadoz positif ketika nilai kualitas pelayanan sama dengan nol.
2. Koefisien regresi kualitas pelayanan (X) = 0,534 menunjukkan nilai keputusan pembelian konsumen pada produk Kadoz meningkat ketika kualitas pelayanan naik 1 satuan.

D. Penutup

1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka peneliti menyimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan di UD. Anis Berkat Kecamatan Telukdalam.
2. Berdasarkan hasil pengolahan data penelitian bahwa nilai koefisien determinasi (R²) sebesar 0,628 artinya kualitas pelayanan (X) mampu menjelaskan variabel volume penjualan (Y) sebesar 62,8% sedangkan 37,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disebut dalam variabel penelitian.
3. Berdasarkan hasil persamaan regresi, nilai konstanta sebesar 19,248

merupakan nilai variabel volume penjualan (Y) saat variabel kualitas pelayanan (X) bernilai nol dan koefisien regresi (b) sebesar 0,543 artinya bahwa setiap kenaikan sebesar satu pada kualitas pelayanan, maka volume penjualan (Y) mengalami kenaikan sebesar 0,543 atau 54,3%. Dengan kata lain bahwa setiap terjadi peningkatan pada kualitas pelayanan maka volume penjualan semakin meningkat.

2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka sebagai saran pada skripsi ini adalah:

1. Hendaknya pimpinan UD. Anis Berkat memperhatikan kenyamanan konsumen supaya menyediakan fasilitas dalam hal tempat duduk dan tempat parkir sehingga konsumen dapat betah dan nyaman ketika membeli di UD. Anis Berkat.
2. UD. Anis Berkat hendaknya selalu ramah dalam melayani kebutuhan konsumen agar mereka mendapatkan kepuasan atas pelayanan yang diberikan.
3. UD. Anis Berkat hendaknya mengetahui atau memiliki strategi dalam penetapan harga jual.
4. UD. Anis Berkat hendaknya menyiapkan persediaan produk yang dibutuhkan oleh konsumen.
5. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat mengembangkan dan memperlihatkan variabel-variabel lain diluar penelitian ini yang dapat mempengaruhi kualitas pelayanan terhadap volume penjualan. Sehingga dapat memperkaya hasil penelitian yang diperoleh.

E. Daftar Pustaka

Sumber Buku

- Arikunto, S. (2014). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Hartono. (2014). *Manajemen Pemasaran Modern. Edisi II*. Yogyakarta: Liberty.
- Indrasari, M. (2019). *Manajemen Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Cetakan I*. Surabaya: Unitomo Pres.
- Karim, & Dkk. (2014). *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan Dan Pengendalian*. Jakarta: Erlangga.
- Muah, & Hasram. (2014). *Loyalitas Pelanggan Tinjauan Aspek Pelayanan Peralihan*. Taman Sudarjo: PT. Mujifatamah Publizer.
- Peranginangi, J. (2016). *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: JP.
- Pertiwi, D. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa Pariwisata*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Rachman, M. (2021). *Manajemen Pelayanan Publik*. Jakarta: CV. Tahta Media Group.
- Rangkuti, F. (2019). *Strategi Promosi Yang Kreatif Dan Analisis Kasus*. Bogor: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Setiawan, & Kusriani, D. (2010). *Ekonometrika*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- (2010). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- (2013). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

- (2018). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sutopo, A. (2012). *Teknologi Informasi Dan Komunikasi Dalam Pendidikan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Zaid. (2021). *Ekuitas Merek Dan Advokasi Pelanggan*. Lamongan: Academia.
- Zeithaml, V. (2010). *Service Marketing*. Singapore: McGraw-Hill Companies, Inc.
- Terhadap Laba Bersih (Survei Pada Perusahaan Industri Sektor Pertambangan Sub Sektor Batubara Yang Terdaftar Di Bei Periode 2014-2018). *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, Vol. 11, No. 1.
- Mufida, & Apriani. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Volume Penjualan Pada Perusahaan Properti Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Studi Akuntansi Dan Bisnis*, Vol. 4, No. 3.
- Rusilawati, T. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Volume Penjualan Motor Honda Beat Dealer Anugerah Kencana Motor Lahat. *Riset Manajemen Dan Akuntansi Dan Bisnis*, Vol. 6, No. 1.
- Sasangka, I., & Rusmayadi, R. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Volume Penjualan Pada Mini Market Minamart'90 Bandung. *Jurnal Manajemen*, Vol. 2, No. 1.
- Sumber Jurnal**
- Agusri. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Volume Penjualan Mebel Sinar Barokah Tanjung Karang Kabupaten Muara Enim. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, Vol. 13, No. 3.
- Ananda, I. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Konsumen Pada Ramayana Lestari Sentosa Pekanbaru. *Jurnal Jom Fisip*, Vol. 3, No 1.
- Ariana, T., & Raahel. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Volume Penjualan Pakaian Pada PT. Barokah Biqalbin Salim Cabang Toddopuli Makassar. *Jurnal Kewirausahaan*, Vol. 13, No. 2.
- Arianto, N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, Vol. 1, No. 83-101.
- Ginajar. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Volume Penjualan Dan Implikasinya