

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, KUALITAS
PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP TINGKAT PENJUALAN
PADA UMKM KULINER**

(Studi Kasus Kecamatan Pekalongan Barat Kota Pekalongan)

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat
Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)**



Oleh :

ACHMAD NAILUL AKMAL

2013116183

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN**

2022

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, KUALITAS
PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP TINGKAT PENJUALAN
PADA UMKM KULINER**

(Studi Kasus Kecamatan Pekalongan Barat Kota Pekalongan)

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat
Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)**



Oleh :

ACHMAD NAILUL AKMAL

2013116183

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN**

2022

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Achmad Nailul Akmal

Nim : 2013116183

Judul Skripsi : **PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP TINGKAT PENJUALAN PADA UMKM KULINER (Studi Kasus Kecamatan Pekalongan Barat Kota Pekalongan)**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah disebut sumbernya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 11 Mei 2022

Yang Menyatakan,



ACHMAD NAILUL AKMAL
NIM. 2013116183

NOTA PEMBIMBING

Muhammad Nasrullah M.S.I

Jl. Hasyim Ashari RT 04/02 Kemplong Wiradesa Pekalongan

Lamp. : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Achmad Nailul Akmal

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

c.q. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi saudara:

Nama : **Achmad Nailul Akmal**

NIM : **2013116183**

Judul Skripsi : **Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Tingkat Penjualan UMKM Kuliner Kecamatan Pekalongan Barat**

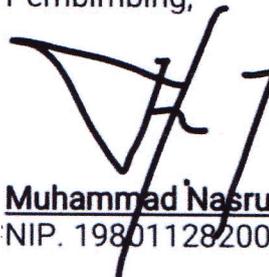
Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 11 Mei 2022

Pembimbing,



Muhammad Nasrullah M.S.I

NIP. 198011282006041003



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Pahlawan No.52, Rowolaku, Kajen Kabupaten Pekalongan Telp. 085728204134
Website: febi.iainpekalongan.ac.id/Email: febi@iainpekalongan.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara :

Nama : **ACHMAD NAILUL AKMAL**
NIM : **2013116183**
Judul : **PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP TINGKAT PENJUALAN PADA UMKM KULINER (STUDI KASUS KECAMATAN PEKALONGAN BARAT KOTA PEKALONGAN)**

Telah diujikan pada hari Jumat, 20 Mei 2022 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E)

Dewan Penguji

Penguji I

Ahmad Rosyid, SE., M.Si.Akt

Penguji II

Husni Awali, M.M

Pekalongan, 20 Mei 2022

Disahkan oleh
Dekan Fakultas Ekonomi Islam



Dr. Shinta dewi Rismawati, SH.,MH
NIP. 197502201999032001

MOTTO

“Angin tidak berhembus untuk menggoyangkan pepohonan, melainkan menguji kekuatan akarnya.”

(Ali bin Abi Thalib)

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain, dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap.”

(QS. Al-Insyiroh : 6-8)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tuaku, Bapak Ahmad Alimi dan Ibu Fakiroh yang selalu menemani dan mengiringi setiap langkahku, selalu memberikan dukungan, do'a, semangat, dan kasih sayang dalam perjalanan menggapai cita-cita, semoga selalu diberikan kesehatan, kebahagiaan, dan panjang umur.
2. Saudaraku, Kakak laki-laki Khoirul Fayasqi dan Achmad Iftahlana, Kakak perempuan Anni Lubnah yang selalu ada untuk menemani dan turut memberikan saya dukungan serta mengingatkan saya akan tanggung jawab dari sebuah cita-cita.
3. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Syariah dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan yang dengan tulus telah memberikan ilmu, bimbingan, pengalaman, dan dukungan.
4. Kepada Wali Dosen Bapak Gunawan Aji, M.Si yang selalu memberikan motivasi dan masukan.
5. Kepada Dosen Pembimbing Bapak Muhammad Nasrullah, S.E.,M.Si yang selalu meluangkan waktu untuk membimbing saya hingga skripsi ini selesai.
6. Sahabat-sahabatku (Muslihun, Zaiul, Adityo dan lainnya), terimakasih telah selalu ada diwaktu susah maupun senang.
7. Sahabat desa yang telah memberikan semangat mengerjakan skripsi.
8. Kepada keluarga besar EKOS E Angkatan 2016, terimakasih telah saling mendukung satu sama lain.

9. Teman-teman HMJ 2017 dan 2018, yang telah menemani berproses menjadi manusia yang lebih baik lagi dan telah sama-sama belajar bagaimana menjadi manusia yang lebih peka terhadap fenomena sekitar dan berguna bagi lingkungan sekitar.
10. Teman-teman seperjuangan jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2016 IAIN Pekalongan, semoga kita sukses selalu.

ABSTRAK

ACHMAD NAILUL AKMAL, Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Tingkat Penjualan UMKM Kuliner Kecamatan Pekalongan Barat

Tingkat penjualan merupakan salah satu faktor penentu yang sangat berpengaruh terhadap pencapaian laba bersih, sedangkan keuntungan atau laba merupakan sarana yang penting bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan, maka dari itu perusahaan harus berusaha untuk menciptakan tingkat penjualan atau volume penjualan yang menguntungkan dan didukung oleh faktor lainnya seperti harga, kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi. Tujuannya untuk mengetahui pengaruh dari variabel harga, kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi terhadap tingkat penjualan UMKM kuliner di Kecamatan Pekalongan Barat.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada pemilik UMKM kuliner di Kecamatan Pekalongan Barat dengan teknik purposive sampling. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 60 responden. Penelitian ini menggunakan metode analisis data uji Regresi Linier Berganda dengan bantuan SPSS versi 24.

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda dengan taraf signifikansi 5% menunjukkan (1) terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel harga terhadap tingkat penjualan UMKM kuliner di Kecamatan Pekalongan Barat dengan nilai $t_{hitung} 3,801 > t_{tabel} 2,00324$. (2) terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas produk terhadap tingkat penjualan UMKM kuliner di Kecamatan Pekalongan Barat dengan nilai $t_{hitung} 3,818 > t_{tabel} 2,00324$. (3) terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas pelayanan terhadap tingkat penjualan UMKM kuliner di Kecamatan Pekalongan Barat dengan nilai $t_{hitung} 5,261 > t_{tabel} 2,00324$. (4) terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel promosi terhadap tingkat penjualan UMKM kuliner di Kecamatan Pekalongan Barat dengan nilai $t_{hitung} 4,069 > t_{tabel} 2,00324$. (5) variabel harga kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi secara simultan atau bersama-sama terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat penjualan UMKM kuliner di Kecamatan Pekalongan Barat dengan nilai $f_{hitung} 43,497 > f_{tabel} 2,54$. Nilai koefisien determinasi (Adjusted R^2) sebesar 0,742 yang menunjukkan bahwa variabel independen harga, kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi secara simultan memberikan kontribusi terhadap variabel dependen (tingkat penjualan) sebesar 74,2% dan sisanya sebesar 25,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Kata kunci: Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, promosi, Tingkat Penjualan.

ABSTRACT

ACHMAD NAILUL AKMAL, Effect of Price, Product Quality, Service Quality and Promotion on Sales Level of Culinary MSMEs in West Pekalongan District

The level of sales is one of the determining factors that greatly influence the achievement of net profit, while profit or profit is an important means for the survival of a company, therefore the company must strive to create a level of sales or sales volume that is profitable and supported by other factors such as price, product quality, service quality and promotion. The aim is to determine the effect of the variables of price, product quality, service quality and promotion on the level of sales of culinary SMEs in West Pekalongan District.

This type of research is quantitative research. The data in this study were collected through the distribution of questionnaires to the owners of culinary SMEs in West Pekalongan District using purposive sampling technique. The number of samples in this study were 60 respondents. This study uses the Multiple Linear Regression test data analysis method with the help of SPSS version 24.

Based on the results of multiple linear regression analysis with a significance level of 5%, it shows (1) there is a positive and significant effect of the price variable on the sales level of culinary SMEs in Pekalongan Barat District with a t-count value of $3.801 > t\text{-table } 2.00324$. (2) there is a positive and significant effect of product quality variables on the level of sales of culinary SMEs in West Pekalongan District with a t-count value of $3.818 > t\text{-table } 2.00324$. (3) there is a positive and significant effect of service quality variables on the level of sales of culinary SMEs in West Pekalongan District with a t-count value of $5.261 > t\text{-table } 2.00324$. (4) there is a positive and significant effect of the promotion variable on the level of sales of culinary SMEs in West Pekalongan District with a t-count value of $4.069 > t\text{-table } 2.00324$. (5) the variable price of product quality, service quality and promotion simultaneously or together has a positive and significant influence on the level of sales of culinary SMEs in Pekalongan Barat District with an f value of $43,497 > f\text{ table } 2.54$. The value of the coefficient of determination (Adjusted R²) is 0.742 which indicates that the independent variables of price, product quality, service quality and promotion) simultaneously contribute to the dependent variable (sales level) of 74.2% and the remaining 25.8% is influenced by the variable others outside of this study.

Keywords: Price, Product Quality, Service Quality, Promotion, Sales Level.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum. Wr. Wb

Alhamdulillahirobbil'alamin, Puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, serta inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Tingkat Penjualan UMKM Kuliner (Studi Kasus di Kecamatan Pekalongan Barat Kota Pekalongan)” dapat tersusun dan terselesaikan dengan baik. Shalawat serta salam selalu tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga, dan para sahabatnya.

Penulis menyadari bahwa penyusunan laporan ini tidak lepas dari dukungan, bantuan, dan bimbingan berbagai pihak sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis sampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag selaku Rektor IAIN Pekalongan.
2. Ibu Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, SH, M.H selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
3. Bapak Muhammad Aris Safi'i, M.E.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah.
4. Bapak H. Gunawan Aji, M.Si selaku Dosen pembimbing akademik yang telah membimbing dengan sabar, dan selalu memberikan motivasi bagi penulis.

5. Bapak Muhammad Nasrullah, S.E.,M.Si selaku dosen pembimbing yang dengan sabar meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk membimbing dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
7. Kedua orang tuaku tercinta dan keluarga yang selalu mendukung, memotivasi, dan mendoakan selama ini.
8. Seluruh responden penelitian yang telah bersedia meluangkan waktu dan membantu penulis dalam penulisan skripsi ini.
9. Teman-teman seperjuangan jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan angkatan 2016.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan. Karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun sehingga pembuatan skripsi yang akan datang dapat lebih baik. Semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

Wassalamu'alaikum.Wr.Wb

Pekalongan,11 Mei 2022
Penulis,



Achmad Nailul Akmal

Nim. 2013116183

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
NOTA PEMBIMBING	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
P E N G E S A H A N.....	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
PEDOMAN TRANSLITERASI	xv
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR.....	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Sistematika Penulisan	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
A. Kerangka Teori.....	10
B. Penelitian Terdahulu	23
C. Kerangka Berfikir.....	29

D. Hipotesis.....	32
BAB III METODE PENELITIAN	34
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	34
B. Setting Penelitian	34
C. Variabel Penelitian	35
D. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	35
E. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan sampel.....	39
F. Instrument Penelitian	40
G. Teknik Pengumpulan Data.....	41
H. Sumber Data.....	42
I. Metode Analisis Data.....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	48
A. Deskripsi Data.....	48
B. Analisis Data	52
C. Pembahasan Hasil Analisis Data.....	67
BAB V PENUTUP.....	72
A. Kesimpulan	72
B. Saran.....	73
Daftar Pustaka.....	74
<u>LAMPIRAN.....</u>	<u>.....</u>

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam Bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam Bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De

ذ	Zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	Ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	Ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	Ain	’	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
فا	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	’	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal Tunggal	Vokal Rangkap	Vokal Panjang
أ = a		أ = ā
إ = i	أَي = ai	إِي = ī
أ = u	أَوْ = au	أُ = ū

3. Ta Marbutah

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/. Contoh:

مرأة جميلة ditulis *mar' atun jamīlah*

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/. Contoh:

فاطمة ditulis *fāṭimah*

4. Syaddad (tasydid, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi *syaddad* tersebut. Contoh:

ربنا ditulis *rabbānā*

البر ditulis *al-birr*

5. Kata sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu. Contoh:

الشمس ditulis *asy-syamsu*

الرجل ditulis *ar-rajulu*

السيدة ditulis *as-sayyidah*

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qamariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu /l/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang. Contoh:

القمر ditulis *al-qamar*

البدیع ditulis *al-badī'*

الجلال ditulis *al-jalāl*

6. Huruf hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostof (^/). Contoh:

أمرت ditulis *umirtu*

شيء ditulis *syai`un*

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Pedagang UMKM Industri Kuliner,3
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu,23
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel,37
Tabel 4.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, 49
Tabel 4.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia, 49
Tabel 4.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir, 50
Tabel 4.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan,51
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Harga,53
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Kualitas Produk,53
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan,54
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Promosi,54
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Tingkat Penjualan,55
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas, 55
Tabel 4.11	Hasil Uji Normalitas, 56
Tabel 4.12	Hasil Uji Multikolinearitas, 59
Tabel 4.13	Hasil Uji Heteroskedastisitas, 61
Tabel 4.14	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda, 62
Tabel 4.15	Hasil Uji t atau Parsial, 64
Tabel 4.16	Hasil Uji F atau Simultan, 66
Tabel 4.17	Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R ²), 69

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 2.1 Kerangka Berpikir, 29
- Gambar 4.1 Histogram Normalitas, 57
- Gambar 4.2 Grafik Normal Probability Plot, 58
- Gambar 4.3 Grafik Scatter Plot, 60

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian, I
- Lampiran 2 Data Identitas Responden, VI
- Lampiran 3 Data Mentah Kuesioner, IX
- Lampiran 4 Hasil Uji Instrumen Penelitian, XIV
- Lampiran 5 Tabel Distribusi r , XXIV
- Lampiran 6 Tabel t , XXVII
- Lampiran 7 Tabel F , XXIX
- Lampiran 8 Surat Penelitian, XXXII
- Lampiran 9 Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian, XXXIII
- Lampiran 10 Dokumentasi, XXXIV
- Lampiran 11 Daftar Riwayat Hidup, XXXVI

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau yang dikenal dengan UMKM saat ini menjadi pilihan yang cukup diminati oleh sebagian besar masyarakat Indonesia. Minimnya lapangan kerja yang ditawarkan perusahaan menjadi hal utama mengapa UMKM begitu menjamur saat ini. Pembentukan UMKM juga dirasa efektif dalam membantu pemerintah dalam menanggulangi pengangguran yang setiap tahun semakin meningkat jumlahnya. (Winarso, Nursal, & Prasetyo, 2018)

Perusahaan dalam keberadaannya sebagai unit organisasi, pada umumnya didirikan dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan dengan jalan menyediakan barang atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Keuntungan bisa diperoleh apabila perusahaan dapat mencapai tingkat penjualan yang maksimal. Tingkat penjualan merupakan salah satu faktor penentu yang sangat berpengaruh terhadap pencapaian laba bersih, sedangkan keuntungan atau laba merupakan sarana yang penting bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan, maka dari itu perusahaan harus berusaha untuk menciptakan tingkat penjualan atau volume penjualan yang menguntungkan (Candra, 2002).

Menurut Swastha dan Irawan (2008) pengukuran tingkat penjualan atau volume penjualan dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu tercapainya

target penjualan, dimana target penjualan yang diukur berdasarkan unit produk yang terjual. Dan peningkatan jumlah keuntungan, dimana peningkatan keuntungan di dapat dari jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai salah satu komponen dalam industri nasional, mempunyai peranan yang sangat penting dalam perekonomian nasional, penyerapan tenaga kerja, pemerataan distribusi hasil-hasil pembangunan, dan penanggulangan kemiskinan. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) umumnya memiliki keunggulan dalam bidang yang memanfaatkan sumberdaya alam dan padat karya, misalnya pertanian tanaman pangan, perkebunan, peternakan, perikanan, perdagangan dan restoran.

UMKM di Indonesia setiap tahunnya selalu berkembang. Salah satu jenis UMKM yang berkembang cukup pesat yaitu bisnis kuliner, bisnis kuliner adalah jenis usaha yang berkembang selalu laris sepanjang masa, karena makanan adalah kebutuhan pokok manusia yang tidak bisa lepas dari kehidupan kita. Bisnis kuliner ini juga mempunyai banyak kategori, mulai dari makanan ringan (camilan), minuman, hingga makanan pokok. Semua kategori di bisnis kuliner ini punya potensi yang sangat bagus, tergantung cara kita dalam memasarkan atau menjualnya.

Kota Pekalongan termasuk tempat dimana masyarakatnya bekerja sebagai pedagang UMKM dan tercatat sebanyak 23.233 UMKM yang tersebar di 4 Kecamatan (sumber dinas perdagangan dan koperasi kota Pekalongan). Industri kuliner berupa makanan ringan, minuman, dan makanan pokok adalah salah satu UMKM yang menjadi unggulan di Kota Pekalongan.

Tabel 1.1
Jumlah Pedagang UMKM Industri Kuliner
di Kota Pekalongan Pekalongan

No	Kecamatan	2018	2019	2020
1	Pekalongan Utara	117	134	130
2	Pekalongan Barat	119	128	134
3	Pekalongan Selatan	115	120	123
4	Pekalongan Timur	116	120	129
Total		467	495	516

Sumber : *Dinas perdagangan dan koperasi*

Berdasarkan Tabel diatas bahwa Pedagang UMKM dibidang kuliner untuk wilayah Kecamatan Pekalongan Barat pada tahun 2020 yang terdaftar dalam Dinas Perdagangan dan Koperasi Kota Pekalongan sebanyak 134 pedagang dan menjadi paling banyak dari Kecamatan lainnya. Dengan ini para pelaku UMKM memperhatikan strategi pemasaran agar tidak mengalami kegagalan dalam membangun usaha dengan memperhatikan kualitas baik dalam segi produk, pelayanan dan lainnya agar pelaku UMKM dapat meningkatkan penjualan setiap harinya.

Tujuan penjualan adalah untuk mencapai tingkat penjualan yang ditargetkan agar perusahaan mendapatkan laba dan menunjang pertumbuhan perusahaan. Salah satu faktor yang dapat meningkatkan penjualan yaitu Harga. Harga merupakan sejumlah nilai (dalam mata uang) yang harus dibayar konsumen untuk membeli atau menikmati barang atau jasa yang ditawarkan. Harga juga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang

menghasilkan pendapatan. Jadi naik turunnya harga berpengaruh terhadap tingkat penjualan atau tingkat penjualan.

Dalam penelitian yang dilakukan Maqfira (2011), Azmiani Batubara dkk (2016), Gregorius Widiyanto dkk (2020), Nalalia Faricha (2019) menyebutkan bahwa dari hasil analisis korelasi antara harga dan promosi, menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan dalam peningkatan volume penjualan. Akan tetapi hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Zulmi Nur Malik (2015) dan Rafii (2013), yang menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh antara harga dengan Tingkat penjualan.

Kualitas produk juga termasuk faktor yang dapat meningkatkan penjualan. Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya yaitu meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan serta atribut lainnya (Kotler & Amstrong, 2008). Untuk mencapai sebuah kualitas yang baik diperlukan sebuah standar kualitas, yang dimaksudkan untuk menjaga produk agar selalu memenuhi standar sehingga tidak mengurangi ataupun menghilangkan rasa kepercayaan konsumen terhadap produk yang kita miliki. Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Kil'it (2016), Nasution dkk (2017), Manik (2015), Mokalau dan Tumbel (2015), Susetiyo dkk (2016) mendapatkan hasil penelitian yaitu kualitas produk berpengaruh positif terhadap tingkat penjualan.

Selain kualitas produk yang harus diperhatikan dalam meningkatkan penjualan adalah kualitas pelayanan. Menurut (Lovelock,2010) Kualitas pelayanan adalah sesuatu yang secara konsisten dapat memenuhi dan melampaui harapan para konsumen. Pelayanan yang berkualitas akan menjadi daya tarik bagi konsumen dan akan berdampak juga pada terjadinya pembelian berulang-ulang yang nantinya akan meningkatkan penjualan. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Apriyansyah (2018), Bahari & Tissaeni(2026), Lestari dkk (2017), Nugraha dkk (2016), Sasangka (2018), Sumawardani dkk (2016), Susetiyo dkk (2016) menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap tingkat penjualan.

Menurut (Hajid dkk,2015) menyatakan bahwa promosi dilakukan untuk menarik minat pembeli terhadap barang dan jasa yang diperkenalkan. Promosi dapat dilakukan dengan berbagai cara, antara lain memasang spanduk, menyebarkan brosur, pameran, iklan dan sebagainya. Banyaknya cara promosi yang dilakukan oleh produsen, membuat konsumen lebih selektif dalam memilih barang yang akan dibeli. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Junita, Nasution & Simanjorang, menunjukkan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat penjualan. Sebaliknya, dalam penelitian Irum (2016) mendapatkan hasil penelitian bahwa tidak ada pengaruh signifikan antara promosi dan volume penjualan.

Berdasarkan masalah yang ada dan melihat penelitian-penelitian terdahulu, peneliti tertarik untuk meneliti **Pengaruh Harga, Kualitas Harga, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Terhadap Tingkat Penjualan pada**

UMKM Kuliner. (Studi Kasus di Kecamatan Pekalongan Barat Kota Pekalongan).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas menjelaskan adanya inkosisten dari beberapa hasil penelitian terdahulu dengan variabel yang sama, sehingga hal ini memunculkan perbedaan hasil mengenai seberapa pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan diatas, maka penulis merumuskan masalah yang akan diteliti adalah sebagai berikut :

1. Apakah Harga berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat penjualan pada UMKM Industri Kuliner di Kecamatan Pekalongan Barat?
2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat penjualan pada UMKM Industri Kuliner di Kecamatan Pekalongan Barat?
3. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat penjualan pada UMKM Industri Kuliner di Kecamatan Pekalongan Barat?
4. Apakah Promosi berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat penjualan pada UMKM Industri Kuliner di Kecamatan Pekalongan Barat?
5. Apakah Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi berpengaruh secara simultan terhadap tingkat penjualan pada UMKM Industri Kuliner di Kecamatan Pekalongan Barat?

C. Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penulis adalah sebagai berikut :

1. Untuk Mengetahui pengaruh Harga terhadap tingkat penjualan pada UMKM Industri Kuliner di Kecamatan Pekalongan Barat.
2. Untuk Mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap tingkat penjualan pada UMKM Industri Kuliner di Kecamatan Pekalongan Barat.
3. Untuk Mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap tingkat penjualan pada UMKM Industri Kuliner di Kecamatan Pekalongan Barat.
4. Untuk Mengetahui pengaruh Promosi terhadap tingkat penjualan pada UMKM Industri Kuliner di Kecamatan Pekalongan Barat.
5. Untuk Mengetahui pengaruh Harga, Kualitas produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap tingkat penjualan pada UMKM Industri Kuliner di Kecamatan Pekalongan Barat.

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian yang akan dilakukan ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak, yaitu :

- 1) Secara Teoritis
 - a. Menambah wacana dalam menentukan langkah-langkah dalam menyusun strategi pemasaran produk dengan memperhatikan factor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian.
 - b. Menambah pengetahuan teoritis dan menganalisis ada tidaknya pengaruh harga, kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi terhadap tingkat penjualan berdasarkan teori yang telah dipelajari.

- c. Menambah khasanah keilmuan tentang ekonomi Islam khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

2) Secara Praktis

Diharapkan dengan adanya penelitian ini maka dapat dijadikan informasi tambahan bagi para pembaca untuk menambah referensi penelitian khususnya mengenai pemasaran dan tingkat penjualan, dan dapat dijadikan studi literatur untuk penelitian lebih lanjut bagi yang berminat.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika pembahasan ini merupakan uraian singkat mengenai hal-hal yang akan ditulis secara sistematis bab demi bab. Materi yang akan dibahas disajikan dalam lima bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN.

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA.

Pada bab ini membahas landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pikir, dan hipotesis penelitian.

3. BAB III METODOLOGI PENELITIAN.

Bab ini membahas jenis dan pendekatan penelitian, setting penelitian, variabel penelitian, populasi, sampel, teknik pengambilan sampel, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

4. \BAB IV ANALISIS PENELITIAN.

Dalam bab ini akan membahas data penelitian, hasil pengujian hipotesis, dan pembahasan.

5. BAB V PENUTUP.

Berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan saran-saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Variabel Harga (X1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan UMKM kuliner di Kecamatan Pekalongan Barat Kota Pekalongan dengan perbandingan $t_{hitung} (3,641) > t_{tabel} (2,00324)$, dan nilai signifikan sebesar $0,001 < 0,05$.
2. Variabel kualitas produk (X2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan UMKM kuliner di Kecamatan Pekalongan Barat Kota Pekalongan dengan perbandingan $t_{hitung} (2,905) > t_{tabel} (2,00324)$, dan nilai signifikan sebesar $0,005 < 0,05$.
3. Variabel kualitas pelayanan (X3) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan UMKM kuliner di Kecamatan Pekalongan Barat Kota Pekalongan dengan perbandingan $t_{hitung} (2,102) > t_{tabel} (2,00324)$, dan nilai signifikan sebesar $0,04 < 0,05$.
4. Variabel promosi (X4) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan UMKM kuliner di Kecamatan Pekalongan Barat Kota Pekalongan dengan perbandingan $t_{hitung} (3,501) > t_{tabel} (2,00324)$, dan nilai signifikan sebesar $0,001 < 0,05$.
5. Hasil pengujian f atau simultan menunjukkan bahwa variabel harga (X1), kualitas produk (X2), kualitas pelayanan (X3), dan promosi (X4) secara

simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan UMKM kuliner di Kecamatan Pekalongan Barat Kota Pekalongan dengan dibuktikan dengan hasil $f_{hitung} 22,209 > f_{tabel} 2,54$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.

B. Saran

Dari hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh maka saran yang diberikan yaitu sebagai berikut:

1. Secara keseluruhan harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan promosi memiliki pengaruh yang signifikan dan positif sehingga variabel ini perlu diperhatikan dalam proses peningkatan volume penjualan.
2. Untuk penelitian selanjutnya terkait volume penjualan disarankan untuk mengkaji komponen lain seperti variabel yang dibahas dengan variabel yang berbeda seperti pendistribusian, desain produk dan lain sebagainya sehingga pengetahuan berkembang dan tentunya hal itu berguna untuk masa yang akan datang .

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, N. Y., & Sinabella, A. (2020). Pengaruh Iklan Dan Harga Terhadap Volume Penjualan Pada Ukm Catering A3 Di Kp Palasari Kabupaten Sukabum: Manajemen Pemasaran. *Ekonomedia*, 9(02), 97-109.
- Astuti, R., & Abdullah, I. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Di Usaha Mikro Kecil Menengah. *Kumpulan Penelitian Dan Pengabdian Dosen*, 1
- Batubara, A., & Hidayat, R. (2019). Pengaruh Penetapan Harga Dan Promosi Terhadap Tingkat Penjualan Tiket Pada Psa Mihin Lanka Airlines. *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 4
- Basu, Swasta. (2000). *Pengantar Bisnis Modern Pengantar Konomi Perusahaan Modern*. Yogyakarta: Liberty Offset Yogyakarta.
- Faricha, N. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada UKM Khilda Collection Jepang Pakis Kudus* (Doctoral Dissertation, IAIN Kudus).
- Handayani, E. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Strategi Produk Terhadap Tingkat Penjualan. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 16(1), 73-82.
- Herdiyanti, B. (2021). *Kebijakan Penetapan Harga Kualitas Produk Dan Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan UMKM Optik Tizar Pajang Surakarta* (Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Herman, S. Pengaruh Promosi Dan Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Produk Survei Pada Sentra UMKM Di Kabupaten Bandung.
- Junita, J., Nasution, A. P., & Simanjorang, E. F. S. (2020). Pengaruh Promosi, Kualitas Layanan Dan Brand Preference Terhadap Tingkat Penjualan Pada Toko Bintang Terang Motor Rantauprapat. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 1-8.
- Khotimah, K., & Irawati, D. C. (2019). Penerapan Sistem Informasi Bisnis Pada Strategi Bauran Pemasaran Produk Dan Promosi Terhadap Pengaruh Tingkat Penjualan Kuliner Seafood Lamongan Cak Tur. *Jurnal Ilmiah Komputasi*, 18(3), 249-258.
- Kurniawati, N. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Aplikasi Layanan Pesan Antar Makanan, Dan Harga Terhadap Volume Penjualan UMKM Di Kota Semarang. In *Prosiding Seminar Nasional Unimus* (Vol. 3).
- Manik, C. D. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Tingkat Penjualan (Studi Kasus Pada Perumahan Serpong Garden). *Kreatif, Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*, 3(1), 40-51.

- 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).
- Murnawati, M., Erti, L., & Tasril, T. (2019). Pengaruh Harga Dan Distribusi Terhadap Volume Penjualan Jelli Kelapa Pada UMKM Dekla Di Desa Salo Bangkinang Kabupaten Kampar. *Jurnal Daya Saing*, 5(2), 128-134.
- Rahayu, S., Oktrima, B., & Qurbani, D. (2021, January). Pengaruh Produk Dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Tas Anyaman Pada UMKM Di Kota Tangerang Selatan. In *Prosiding Senantias: Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat* (Vol. 1, No. 1, Pp. 1401-1410).
- Riana, I. R. (2021). Pengaruh Persepsi Etika Bisnis Islam, Persepsi Kualitas Produk Dan Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Penjualan UMKM Kota Yogyakarta. *Jurnal Reksa: Rekayasa Keuangan, Syariah Dan Audit*, 8(1), 59-66.
- Ricky, W., Goh, T. S., & Julitawaty, W. (2019). Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Penjualan PT. Amorindo Mitra Sentosa Medan. *Jurnal Bisnis Kolega*, 5(1).
- Rokhmaniyah, Z. U. (2020). *Pengaruh Pengembangan Produk, Harga, Distribusi, Dan Promosi Terhadap Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Usaha Rizky Bakery Desa Cendono Kecamatan Dawe Kabupaten Kudus)* (Doctoral Dissertation, IAIN Kudus).
- 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.
- Setiawan, A. (2019). *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Tingkat Penjualan PT. Vosen Pratita Kemindo* (Doctoral Dissertation, Universitas Buddhi Dharma).
- Swastha, Basu Dh Dan Irawan. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Liberty.
- Syaputra, A. (2020). *Analisis Kebijakan Produk Dan Promosi Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Bingka Bakar Raudah Gambut* (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Kalimantan Mab).
- Widiyanto, G., Satrianto, H., & Wibowo, F. P. P. (2021). Pengaruh Inovasi Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Penambahan Pendapatan Ekonomi Masyarakat Di Kota Tangerang (Studi Kasus Peran UKM Pembuatan Makanan Ringan Dan Snack). *Eco-Buss*, 3(3), 120-130.

Winarso, W., Nursal, M. F., & Prasetyo, E. T. (2018). Analisis Strategi Penetapan Harga Produk Usaha Kecil Dan Menengah Terhadap Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Pedagang Bakso Di Bekasi Utara). *Journal For Business And Entrepreneurshi*