

**PENGARUH LOKASI PENJUALAN, VARIASI PRODUK,
DAN PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN UKM
KULINER KAWASAN GEMEK PLAZA KEDUNGWUNI
KABUPATEN PEKALONGAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh :

SOFAH ZUHRIYAH

NIM : 2013116004

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN 2022**

**PENGARUH LOKASI PENJUALAN, VARIASI PRODUK,
DAN PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN UKM
KULINER KAWASAN GEMEK PLAZA KEDUNGWUNI
KABUPATEN PEKALONGAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh :

SOFAH ZUHRIYAH

NIM : 2013116004

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN 2022**

SURAT PERNYATAAN

KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Sofah Zuhriyah

Nim : 2013116004

Judul Skripsi : Pengaruh Lokasi Penjualan, Variasi Produk dan Promosi

Terhadap Volume Penjualan UKM Kuliner Kawasan Gemek Plaza

Kedungwuni Kabupaten Pekalongan

Menyatakan bahwa Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Apabila Skripsi ini terbukti merupakan hasil plagiasi, maka penulis bersedia menerima sanksi akademis dan dicabut gelarnya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 8 Juli 2022

Yang menyatakan,



SOFAH ZUHRIYAH
NIM. 2013116004

NOTA PEMBIMBING

Drajat Stiawan, M.Si.

Perum Griya Alya No. A 10 Petukangan Wiradesa Pekalongan

Lamp : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Sofah Zuhriyah

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN K.H. ABDURRAHMAN WAHID Pekalongan

c.q. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

PEKALONGAN

Assalaamu'alaikum. Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah Skripsi Saudari:

Nama : **Sofah Zuhriyah**

NIM : **2013116004**

Judul : **Pengaruh Lokasi Penjualan, Variasi Produk dan Promosi Terhadap Volume Penjualan UKM Kuliner Kawasan Gemek Plaza Kedungwuni Kabupaten Pekalongan.**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan.

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

Wassalaamu'alaikum. Wr. Wb.

Pekalongan, 08 Juli 2022

Pembimbing,



Drajat Stiawan, M.Si.

NIP. 198301182015031001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**

K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Pahlawan, Rowolaku, Kajen Telepon 085728204134, Faksimili (0285) 423418

Website: febi.uingusdur.ac.id E-mail: febi@uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan Skripsi Saudari :

Nama : Sofah Zuhriyah

NIM : 2013116004

Judul Skripsi: Pengaruh Lokasi Penjualan, Variasi Produk, dan Promosi Terhadap Volume Penjualan UKM Kuliner Kawasan Gemek Plaza Kedungwuni, Kabupaten Pekalongan

Yang telah diujikan pada hari Selasa, 25 Oktober 2022 dan dinyatakan **LULUS**, serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Ilmu Ekonomi Syariah.

Dewan Penguji,

Penguji I

Penguji II

Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H.
NIP. 19750220 199903 2 001

Syamsul Arifin, M.E.
NITK. 19890831202001D1027

Pekalongan, 25 Oktober 2022

Disahkan oleh,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H.
NIP. 19750220 199903 2 001

MOTTO

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Terjemah:

Apabila Telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung. (Q.S Al-Jum'ah:10).

Fa'inna ma'al 'usri yusro

Sedikit bicara, banyak bekerja.

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil'alamin

Dengan senatiasa memanjatkan Puji Syukur Kehadirat Allah SWT. Saya persembahkan Skripsi ini untuk :

- Kedua orang tua saya Ibu Anisah dan Bapak Ahmad Basari yang tidak pernah putus memberikan do'a, motivasi, cinta dan kasih sayangnya sehingga membuat saya kuat dan optimis menatap masa depan.
- Ali dan Bahrul yang selalu menjadi adik serta sahabat terbaik untuk segala hal.
- Suami dan anakku tersayang Saifudin dan Nikhlah Zakiyah yang telah memberikan semangat, doa serta dukungan.
- Sahabat-sahabat terbaik saya Kholilah, Desi Larasati, Arifah, Fika, Ayu, Defi, Tiyas, Ika, Nur afida, Afida Rozi, Imala, Nisak, Malia, Silvi, Nakila, Mba Dita, Rusniti, Siska, Izzah, Zunanti, Mba Umi, Mba Dina selalu menemani dalam suka maupun duka.
- Seluruh Keluarga Besar Saya yang selalu memotivasi dan mendorong saya untuk tetap semangat dan pantang menyerah.
- Teman seperjuangan saya EKOS Angkatan 2016.
- Seluruh Keluarga KSPMS FEBI UIN K.H. ABDURRAHMAN WAHID Pekalongan.
- Almameter saya tercinta,
- UIN K.H.ABDURRAHMAN WAHID Pekalongan.

ABSTRAK

Sofah Zuhriyah. Pengaruh Lokasi Penjualan, Variasi Produk dan Promosi Terhadap Volume Penjualan UKM Kuliner Kawasan Gemek Plaza Kedungwuni, Kabupaten Pekalongan.

Volume Penjualan adalah total yang dihasilkan dari kegiatan penjualan barang atau jasa menurut Kotler dalam Swasta. Seiring perkembangan zaman, persaingan usaha di bidang kuliner khususnya pada Usaha Kecil dan Menengah semakin meningkat, sehingga pedagang perlu memilih lokasi penjualan yang strategis, menjual produk yang bervariasi dan melakukan promosi *offline* maupun *online*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh lokasi penjualan, variasi produk dan promosi terhadap volume penjualan UKM kuliner kawasan Gemek Plaza Kedungwuni, Kabupaten Pekalongan.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode angket (kuesioner) dengan menggunakan sampel sebanyak 42 responden. Teknik pengambilan sampel dengan metode *Purposive Sampling*. Penelitian ini menggunakan metode analisis data uji regresi linier berganda dengan bantuan SPSS versi 24.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi penjualan, variasi produk, dan promosi berpengaruh terhadap volume penjualan UKM kuliner kawasan Gemek Kedungwuni, Kabupaten Pekalongan. Kemudian secara simultan, lokasi penjualan, variasi produk, dan promosi juga berpengaruh terhadap volume penjualan UKM Kuliner Kawasan Gemek Kedungwuni, Kabupaten Pekalongan.

Kata kunci : Lokasi Penjualan, Variasi Produk, Promosi dan Volume Penjualan

ABSTRACT

Sofah Zuhriyah. The Effect Of Sales Locations, Product Variations and Promotions on Sales Volume of Culinary UKM in Gemek Plaza Kedungwuni, Pekalongan Regency.

Sales Volume is the total resulting from the sale of goods or services according to Kotler in Swasta. Along with the times, business competition in the culinary field, especially in Small and Medium Enterprises is increasing, so traders need to choose strategic sales location, sell various products and carry out offline and online promotions. The purpose of this study was to determine the effect of sales locations, product variations and promotions on the sales volume of culinary UKM In the Gemek Plaza Kedungwuni area, Pekalongan Regency.

This research is a type of quantitative research. The data collection method in this research is a questionnaire method using a sample of 42 respondents. The sampling technique used was the purposive sampling method. This study uses multiple linear regression test data analysis method with the help of SPSS version 24.

The results showed that the sales location, product variations, and promotions had an effect on the sales volume of culinary UKM in the Gemek Kedungwuni area, Pekalongan Regency. Then simultaneously, sales locations, product variations, and promotions also affect the sales volume of culinary UKM in Gemek Kedungwuni Region, Pekalongan Regency.

Keywords : Sales Location, Product Variation, Promotion and Sales Volume.

KATA PENGANTAR

Segala puji hanya untuk Allah SWT karena penulis tidak dapat menyelesaikan Skripsi ini tanpa limpahan karunia-Nya. Shalawat serta salam tak lupa penulis panjatkan kepada Nabi kita. Nabi besar Muhammad SAW beserta keluarga beliau, sahabat dan penerus risalah yang telah membimbing manusia dari masa kegelapan menuju masa keterangan.

Penulis bersyukur atas terselesaikannya Skripsi yang berjudul **“PENGARUH LOKASI PENJUALAN, VARIASI PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN UKM KULINER KAWASAN GEMEK PLAZA KEDUNGWUNI KABUPATEN PEKALONGAN”**. Penulis merasa bahwa Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena mengingat kesempurnaan itu hanyalah milik Allah SWT.

Dengan segenap kerendahan hati penulis berterimakasih kepada semua pihak yang turut serta membantu dalam penyusunan Skripsi ini. Ucapan terimakasih ini penulis sampaikan kepada :

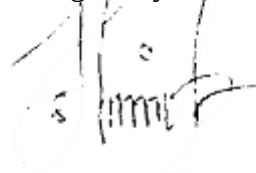
1. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag., selaku Rektor UIN K.H. ABDURRAHMAN WAHID Pekalongan.
2. Ibu Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H.,M.H., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. ABDURRAHMAN WAHID Pekalongan.
3. Bapak Muhammad Aris Safi'i M.E.I, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah UIN K.H. ABDURRAHMAN WAHID Pekalongan.
4. Ibu Karima Tamara S. T., M.M., selaku wali dosen yang telah memberikan saran serta bimbingan selama masa perkuliahan.
5. Bapak Drajat Stiawan M.Si., selaku dosen pembimbing Skripsi yang tanpa lelah dan tanpa bosan selalu membimbing dan memberikan masukan dan memberikan pelajaran yang amat berharga.
6. Bapak dan Ibu dosen khususnya dosen ekonomi Syariah, yang telah mengamalkan ilmunya dan bisa menjadikan para mahasiswa/I nya tahu akan

tentang transaksi muamalah menurut syariah, terlebih secara khusus tentang bisnis yang mengacu pada pedoman syariah.

7. Kedua orang tua penulis yang senantiasa memberikan *support* dan semua bantuan lainnya baik moril maupun materi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
8. Kepada teman seperjuangan Kelas EKOS A, terimakasih kebersamaannya. Kalian sangat istimewa.
9. Bapak Didik selaku pengurus paguyuban pedagang Gemek dan Seluruh Pedagang Kuliner Kawasan Gemek Kedungwuni yang telah bersedia mengizinkan saya untuk melakukan penelitian. Semoga kelak bisa menjadi UKM Kuliner yang lebih maju dan sukses.
10. Kepada semua pihak yang turut serta membantu dalam penulisan dan penyelesaian Skripsi ini.

Pekalongan, 8 Juli 2022

Yang Menyatakan



SOFAH ZUHRIYAH

NIM. 2013116004

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
NOTA PEMBIMBING SKRIPSI	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
PEDOMAN TRANSLITERASI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah	7
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	8
F. Sistematika Penulisan	9

BAB II LANDASAN TEORI

A. Tinjauan Pustaka	11
B. Landasan Teori	30
C. Kerangka Berfikir	62
D. Hipotesis	66

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	68
B. <i>Setting</i> Penelitian	68
C. Variabel Penelitian.....	69
D. Definisi Operasional Variabel	70
E. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan sampel	73
F. Sumber Data	75
G. Instrumen dan Teknik Pengumpulan data penelitian.....	75
H. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	78

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data.....	87
B. Objek dan Subjek Penelitian	88
C. Analisis Data.....	95
D. Pembahasan	110

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	113
B. Keterbatasan Penelitian.....	114
C. Saran	112

DAFTAR PUSTAKA	115
-----------------------------	------------

LAMPIRAN LAMPIRAN

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	Sas	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
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 dibawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik (diatas)
غ	Gain	G	Ge
ف	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
اَ = a		اَ = ā
اِ = i	يَا = ai	يَا = ī
اُ = u	وا = au	وا = ū

3. Ta Marbutah

Ta Marbutah hidup dilambangkan dengan /t/ Contoh :

تَلِيْمَةٌ جَمِيْلَةٌ ditulis *mar’atun jamilah*

Ta Marbutah mati dilambangkan dengan /h/ Contoh :

فَاطِمَةٌ ditulis *fatimah*

4. Syaddad (tasyid, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberikan tanda *syaddad* tersebut.

Contoh :

رَبِّر ditulis *rabbanā*

رَبَّالَا ditulis *al-birr*

5. Kata sandang (*artikel*)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu

Contoh :

اسم	ditulis	<i>asy-syamsu</i>
الرجل	ditulis	<i>ar-rajulu</i>
الشيخة	ditulis	<i>as-sayyidah</i>

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

Contoh :

القمر	ditulis	<i>al-qamar</i>
البدي	ditulis	<i>al-badi'</i>
الجال	ditulis	<i>al-jalāl</i>

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 apostrof /'/.

Contoh :

ترم	ditulis	<i>umirtu</i>
عيش	ditulis	<i>syai'un</i>

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan UKM Kuliner Gemek Plaza Kedungwuni, Kedungwuni, Kabupaten Pekalongan, 4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu, 12
Tabel 3.1 Definisi Operasional variabel, 70
Tabel 3.2 Kriteria Bobot Jawaban Responden, 76
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, 92
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia, 93
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan, 94
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha, 94
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan, 95
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Lokasi Penjualan, 96
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Variasi Produk, 97
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Promosi, 98
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Volume Penjualan, 98
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas, 99
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas, 100
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas, 101
Tabel 4.13 Hasil Uji Linieritas, 102
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinieritas, 102
Tabel 4.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas, 104
Tabel 4.16 Hasil Regresi Linier Berganda, 105
Tabel 4.17 Hasil Uji T, 107
Tabel 4.18 Hasil Uji F, 108
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi, 109

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 2.1 Empat Komponen *P* Dalam Bauran Pemasaran, 31
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir, 63
Gambar 4.1 Grafik Scatterplot, 104

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian, I
- Lampiran 2. Identitas Responden, VI
- Lampiran 3. Data Mentah Kuesioner, X
- Lampiran 4. Data Mentah Identitas Responden, XV
- Lampiran 5. Hasil Analisis Data, XVII
- Lampiran 6. Tabel R, XXXV
- Lampiran 7. Tabel T, XXXVIII
- Lampiran 8 Tabel F, XLI
- Lampiran 9. Dokumentasi Penelitian, XLIV
- Lampiran 10. Surat Dosen Pembimbing, XLVII
- Lampiran 11. Surat Pengajuan Penelitian ,XLVIII
- Lampiran 12. Surat Pernyataan Penelitian, XLIX
- Lampiran 13. Riwayat Penulis, L

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sebagai Negara yang sedang berkembang, Indonesia berusaha untuk mewujudkan pembangunan diberbagai bidang. Pada tanggal 4 Juli 2008 pemerintah mengeluarkan kebijakannyadengan menetapkan undang-undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, ini merupakan salah satu upaya Indonesia untuk mengejar ketertinggalannya di bidang ekonomi maupun industri, dengan mengacu pada falsafah dasar Negara Indonesia yaitu Pancasila dan UUD 1945 untuk mencapai masyarakat yang adil dan makmur (E.O Rawis dkk;, 2016). Beragam usaha dalam mengembangkan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) sudah dilakukan, seperti membangkitkan dan memperbanyak pelaku ekonomi maupun pengusaha baru di sektor UKM, mengingat UKM merupakan bagian penting dalam menopang perekonomian negara ataupun desa, sehingga dengan hal tersebut masyarakat diberi keterampilan dengan tujuan agar keterampilan itu bisa mewujudkan usaha kreatif yang mampu memberi faedah untuk perekonomian masyarakat desa maupun individu dalam keluarga, tidak hanya itu, usaha kreatif tersebut bisa membuka kesempatan dan peluang kerja baru bagi setiap orang (Ananda dan Susilowati, 2017).

Sebagai pelaku bisnis dengan populasi terbesar dalam perekonomian indonesia, Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) menunjukkan

perannya dengan memberikan kontribusi berupa penciptaan modal tetap/investasi, penyerapan tenaga kerja, ekspor, dan produk domestik bruto (Abbas, 2018). Pada tahun 2007-2012 menunjukkan peningkatan jumlah PDB UKM dari 18.33% per tahun. Sementara itu, sumbangsih yang diberikan oleh Usaha Besar (UB) terhadap perkembangan PDB lebih sedikit di bandingkan dengan UKM, yaitu dengan prosentase rata-rata pertahun sebesar 15.75%. Kemudian di tahun 2012, total tenaga kerja industri di Indonesia sebesar 107.66 juta dari jumlah tersebut UKM menyerap 97.16% tenaga kerja, adapun sisanya diserap oleh sektor Usaha Besar yaitu senilai 2.84% tenaga kerja (BPS, 2012). Terdapat beberapa usaha yang digolongkan dalam Usaha Kecil atau bisa disebut juga sebagai usaha nonformal dan tradisional, yaitu diantaranya sebagai berikut pedagang keliling, pedagang asongan, industri rumah tangga, pemulung, petani penggarap, pedagang kaki lima dan lain-lain (Sukirno, 2006).

Dari segala bidang bisnis UKM, bidang kuliner paling banyak diminati, hal ini disebabkan oleh makanan sudah menjadi kebutuhan primer manusia yang tidak bisa lepas dari kehidupan sehari-hari. Usaha di bidang kuliner juga menjadi peluang bisnis yang menguntungkan dan bisa dijalankan dengan modal yang relatif sedikit atau kecil. Berdasarkan data yang diperoleh dari UKM Center FEB UI, menyatakan bahwa lebih dari 90% sektor ekonomi kreatif merupakan kelompok UMKM. Sedangkan dilihat dari 16 sub-sektor ekonomi kreatif, ada 3 sub-sektor yang paling dominan pada bidang UMKM, yaitu kriya (16%), kuliner (41%), dan fashion (18%). Menurut Pendapat Zakir, sektor pariwisata merupakan sektor yang mampu membawa ketiga sub-sektor

tersebut berkembang, sehingga dalam hal demikian Pemerintah menjadikan pariwisata sebagai sektor utama yang akan menggenjot perekonomian (Berita UMKM, 2018). Kuliner adalah kegiatan yang meliputi persiapan, pengolahan, penyajian produk baik berupa makanan maupun minuman yang membuat unsur kreativitas, keindahan, turun-temurun, dan kearifan lokal yang menjadi bagian penting dalam meningkatkan cita rasa dan nilai produk sehingga bisa menarik daya beli dan memberikan pengalaman untuk konsumen. Adapun unsur kreatifitas pada subsektor kuliner ditunjukkan pada penyajian, estetika, budaya lokal yang menunjang cita rasa sehingga dapat memberikan perasaan tertarik pada konsumen untuk membeli kuliner tersebut, sedangkan kreatifitas yang terdapat pada subsektor ini memberikan stimulasi terhadap pertumbuhan perusahaan yang bergerak pada sektor kuliner. Kuliner sebagai salah satu bagian dari enam belas subsektor ekonomi kreatif merupakan subsektor yang potensial untuk sektor lainnya, disamping itu kuliner juga memiliki peran yang strategis untuk memperkuat identitas bangsa Indonesia (pendapat yang dibebankan oleh Menteri Pariwisata RI, 2016). Jumlah perusahaan subsektor kuliner terhadap jumlah perusahaan ekonomi kreatif dari tahun 2010-2013 rata-rata sebesar 56,09% ini merupakan bentuk kontribusi usaha kuliner sebagai bagian dari ekonomi kreatif (Kartika dan Hendarmin, 2018).

Memasuki Masa Revolusi Industri 4.0, dimana persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat dan dengan dibarengi perkembangan teknologi yang semakin canggih. Salah satu potensi yang sekarang ini dapat dimanfaatkan adalah media sosial. Di daerah Gemek Kedungwuni Kabupaten Pekalongan,

Terdapat kawasan kuliner yang terkenal yaitu kawasan kuliner Gemek Plaza dimana jumlah UKM Kuliner dari tahun ke tahun semakin meningkat, hingga saat ini jumlah pedagang di situ ada 200 pedagang yang terdiri dari penjual makanan, baju dan *games* dari 200 penjual sebanyak 193 adalah penjual makanan dan sisanya adalah penjual baju dan mainan, sehingga dapat dikatakan UKM Kuliner yang paling mendominasi, dan mereka menjual produk yang bervariasi yang mampu menjadi daya tarik konsumen dan akhirnya dapat meningkatkan volume penjualan UKM. Di samping itu lokasi UKM kuliner Gemek Plaza Kedungwuni juga dekat dengan jalan raya atau pusat keramaian dan fasilitas umum sehingga dapat dikatakan bahwa lokasi dari UKM Gemek strategis, meskipun mereka tergolong UKM namun pedagang juga memanfaatkan media sosial sebagai media promosi. Jadi fokus penelitian ini yaitu pada UKM Kuliner, berikut dapat diketahui data perkembangan UKM Kuliner Gemek Plaza Kedungwuni Kabupaten Pekalongan.

Tabel 1.1
Perkembangan UKM Kuliner Kawasan Gemek Plaza Kedungwuni
Kabupaten Pekalongan Tahun 2016-2021

Tahun	UKM Kuliner		Total pedagang kuliner
	Pedagang kuliner kaki lima	Pedagang kuliner Shelter	
2016	80	55	135
2017	86	59	145
2018	99	64	163
2019	106	69	175
2020	109	71	180
2021	121	72	193

Sumber : Data di paguyuban pedagang kuliner Gemek Plaza Kedungwuni Kabupaten Pekalongan oleh Didik Setyawan ketua Paguyuban.

Lokasi menjadi faktor yang mempengaruhi pengetahuan konsumen terkait *awarene* yang dibangun oleh khalayak. Lokasi menjadi faktor yang penting dalam menunjang volume penjualan UKM Kuliner, pada umumnya sebelum orang memutuskan untuk membeli makanan di suatu tempat, mereka akan mempertimbangkan lokasi yang nyaman untuk menikmati hidangan yang akan mereka makan, lokasi yang mudah dijangkau dan dekat dengan pusat keramaian adalah lokasi yang tepat untuk suatu usaha. Tidak kalah penting faktor yang lain yaitu Variasi produk, faktor ini bukan lagi menjadi hal yang asing dalam bidang kuliner dan biasanya dijadikan strategi pada aktivitas pemasaran oleh perusahaan-perusahaan besar. Adapun manfaat dari strategi variasi produk menurut pendapat Kotler yaitu untuk memberikan rasa puas kepada distributor, memanfaatkan kapasitas yang berlebih, dapat memasuki lubang untuk menyingkirkan pesaing, meraih keuntungan tambahan, dan untuk bisa menjadi perusahaan lini penuh terkemuka (P.Hadi dan Fitri Pradwika, 2018).

UKM Kuliner Kawasan Gemek Plaza Kedungwuni, Kabupaten Pekalongan juga memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi. Media sosial sebagai alat promosi dan peningkatan penjualan oleh UKM, maka mampu memberikan kemudahan untuk saling berkomunikasi dengan *customers* dan bertukar informasi baik jarak dekat maupun jarak jauh. Kecepatan merespon permintaan *customer* tanpa harus saling tatap muka merupakan salah satu

keuntungan tersendiri dengan pemanfaatan media sosial. Kualitas dari suatu produk tidak menjamin bahwa produk tersebut dapat menarik minat konsumen untuk membelinya sebelum konsumen yakin dan pernah mendengarnya bahwa produk itu akan berguna, jadi promosi juga adalah faktor yang dapat menentukan keberhasilan dari suatu program pemasaran.

Dalam jurnal penelitian Azmiani Batubara dan Rahmat Hidayat dengan judul “Pengaruh Penetapan Harga dan Promosi terhadap tingkat penjualan Tiket pada PSA Mihin Lanka AirLines”. Tujuan dari penelitian yaitu untuk mengetahui bagaimana pengaruh yang di timbulkan oleh penetapan harga dan promosi terhadap tingkat penjualan. Penelitian ini dilakukan untuk mengamati tiga variabel meliputi variabel penetapan harga, promosi dan tingkat penjualan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan tujuan agar diperoleh data yang berbentuk kuantitatif atau kualitatif, kemudian teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu melalui penyebaran angket kuesioner dan wawancara kepada 37 responden yang merupakan karyawan dari PSA Mihin Lanka Airlines di Medan. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian tersebut yaitu teknik jenuh atau sensus, uji analisis data yang dipakai adalah uji statistik diskriptif kuantitatif menggunakan uji regresi linier berganda, sementara itu data diolah dengan menggunakan program SPSS versi 20. Hasil yang diperoleh dari penelitian tersebut, menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel penetapan harga dan promosi terhadap tingkat penjualan pada PSA

Mihin Lanka Airlines (Batubara dan Hidayat, 2016), (Jurnal Ilman, Vol. 4, No. 1, pp. 33-46, Februari 2016, ISSN 2355-1488).

B. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini fokus pada *problem* yang di bahas agar tidak menyimpang dari tujuan yang sudah di tetapkan. Adapun masalah yang di bahas dalam penelitian ini adalah factor yang di duga mempengaruhi volume penjualan. Factor yang dimaksud hanya mencakup Lokasi Penjualan, Variasi Produk dan Promosi.

C. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah diatas, maka dapat diperoleh rumusan masalah penelitian yaitu sebagai berikut :

1. Apakah Lokasi Penjualan berpengaruh terhadap volume penjualan UKM kuliner Kawasan Gemek Plaza Kedungwuni Kabupaten Pekalongan?
2. Apakah Variasi produk berpengaruh terhadap volume penjualan UKM kuliner Kawasan Gemek Plaza Kedungwuni Kabupaten Pekalongan?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap volume penjualan UKM kuliner Kawasan Gemek Plaza Kedungwuni Kabupaten Pekalongan?
4. Apakah lokasi Penjualan, Variasi *Product*, dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap volume penjualan UKM kuliner Kawasan Gemek Plaza Kedungwuni Kabupaten Pekalongan?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan yang diharapkan dalam melakukan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah Lokasi Penjualan berpengaruh terhadap volume penjualan UKM kuliner Kawasan Gemek Plaza Kedungwuni Kabupaten Pekalongan.
2. Untuk mengetahui apakah Variasi Produk berpengaruh terhadap volume penjualan UKM kuliner Kawasan Gemek Plaza Kedungwuni Kabupaten Pekalongan .
3. Untuk mengetahui apakah Promosi berpengaruh terhadap volume penjualan UKM kuliner Kawasan Gemek Plaza Kedungwuni Kabupaten Pekalongan.
4. Untuk mengetahui apakah Lokasi Penjualan, Variasi Produk, dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap volume penjualan UKM kuliner Kawasan Gemek Plaza Kedungwuni Kabupaten Pekalongan.

E. Manfaat Penelitian

Berikut manfaat teoritis dan praktis yang diperoleh dari penelitian ini yaitu :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian yang dilakukan ditujukan agar bisa digunakan sebagai *material input* pengembangan *sains* terkait dengan materi-materi pemasaran yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Menambah referensi dan masukan untuk penelitian berikutnya.

2. Manfaat Praktis

a. Untuk Peneliti

Penelitian ini diharapkan mampu menambah pengalaman penelitian dan wawasan serta mengasah *skill* analisis terhadap permasalahan dari teori yang ada, khususnya materi yang relevan dengan teori-teori pemasaran.

b. Untuk UKM (Usaha Kecil Menengah) Kuliner Kawasan Gemek Plaza Kedungwuni Kabupaten Pekalongan

Diharapkan penelitian ini bisa dijadikan bahan masukan oleh pedagang kuliner di Kawasan Gemek Plaza Kedungwuni, Kabupaten Pekalongan agar dapat mengembangkan variasi produk dan menentukan strategi pemasarannya baik melalui promosi maupun penentuan lokasi yang strategis agar dapat meningkatkan volume penjualan

c. Untuk Universitas

Penelitian ini diharapkan supaya bisa untuk dijadikan acuan atau referensi dalam membuat penelitian selanjutnya di bidang pemasaran dan agar nantinya dapat bermanfaat bagi pembaca dengan menambah sumber literatur di perpustakaan.

F. Sistematika Penulisan

Secara garis besar sistematika penulisan dari penelitian ini terbagi menjadi lima bab, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini meliputi Latar Belakang Masalah, Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Masalah, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II : KARANGKA TEORI

Bab ini memuat Tinjauan Pustaka, Landasan Teori, Karangka Berfikir, beserta Hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini terdiri atas pendekatan dan jenis penelitian, Setting Penelitian, Variabel Penelitian, Populasi, Sampel, Metode Pengambilan Sampling, Sumber Data, Instrumen Penelitian dan Metode Pengumpulan Data, Pengolahan Data, Analisis Data, Analisis Regresi Linier Berganda dan Uji Hipotesis.

BAB IV : PEMBAHASAN

Bab ini mencakup Deskripsi Data, Analisis Data dan Pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Bab bagian Kesimpulan dan Saran.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah di jelaskan, sehingga bisa di simpulkan beberapa hal berikut:

1. Lokasi penjualan berpengaruh positif terhadap volume penjualan UKM Kuliner Kawasan Gemek Plaza, Kedungwuni Kabupaten Pekalongan. Dengan nilai t hitung sebesar $2.033 > t$ tabel 2.02439 .
2. Variasi Produk berpengaruh positif terhadap volume penjualan UKM Kuliner Kawasan Gemek Plaza, Kedungwuni Kabupaten Pekalongan. Dimana nilai t hitung sebesar $4.330 > t$ tabel 2.02439 .
3. Promosi berpengaruh positif terhadap volume penjualan UKM Kuliner Kawasan Gemek Plaza, Kedungwuni Kabupaten Pekalongan. Dengan nilai t hitung sebesar $5.971 > t$ tabel 2.02439 .
4. Lokasi Penjualan, Variasi Produk, dan Promosi berpengaruh secara simultan terhadap volume penjualan UKM Kuliner Kawasan Gemek Plaza, Kedungwuni Kabupaten Pekalongan. Dengan nilai F hitung $44.536 > f$ tabel 2.85 dan diperoleh nilai koefisien determinasi Adjusted R Square sebesar $0,761$ atau 76% , sisanya dipengaruhi oleh variabel lain sebesar 23.9% .

B. Keterbatasan Penelitian

Walaupun penelitian ini direncanakan dan dilaksanakan sebaik-baiknya, namun masih terdapat beberapa keterbatasan, yaitu:

1. Keterbatasan waktu, sehingga peneliti hanya mengambil tiga variabel bebas untuk melihat pengaruhnya terhadap volume penjualan yang dilakukan di UKM Kuliner Gemek Plaza Kedungwuni, Kabupaten Pekalongan.
2. Sample yang di ambil pada penelitian ini sebanyak 42 responden. Dimungkinkan sampel ini belum maksimal mewakili kondisi populasi UKM Kuliner Kawasan Gemek Plaza Kedungwuni, Kabupaten Pekalongan.
3. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner, kemungkinan kurang objektif, maka akan lebih baik apabila ditambahkan dengan wawancara, sehingga hasil penelitian lebih lengkap.

C. Saran

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penulis menyarankan, agar mengembangkan variabel bebas yang lain untuk di teliti dalam melihat pengaruhnya terhadap volume penjualan dan memperluas daerah penelitian sehingga hasil yang akan di capai optimal. Disamping itu, penelitian berikutnya menggunakan variabel-variabel lain diluar penelitian ini. Sehingga bisa menjelaskan faktor-faktor lain yang mempengaruhi volume penjualan.

Melakukan penelitian dengan sampel yang lebih besar yang bisa mewakili populasi, sehingga akan lebih baik, optimal dan menambah konsistensi hasil penelitian selanjutnya.

2. Bagi Pedagang UKM Kuliner Gemek Plaza Kedungwuni, Kabupaten Pekalongan

Bagi pedagang supaya lebih mengembangkan produknya dengan melakukan variasi produk sehingga dapat menarik minat konsumen. Dengan demikian, bisa membantu untuk meningkatkan volume penjualannya. Di sisi lain, bagi karyawan yang berdagang atau pemilik lebih gencar untuk melakukan promosi baik secara *online* atau *offline*.

DAFTAR PUSTAKA

Dari Buku:

- Alimin, Muhammad. (2004). *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*. Yogyakarta: BPFE.
- Alma, Buchari. (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Alma, Buchari. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arman Hakim Nasution, Arman dkk. (2006). *Manajemen Pemasaran untuk Engineering*. Yogyakarta: CV. Andi OFFSET.
- Azwar, Saifudin. (1999). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset. Bukhari, Imam dalam Sahihnya, kitab *Al-Buyu'*: bab *Tamrin* no 2019.
- Bungin, Burhan. (2005). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik seta Ilmu- Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Diktat Kuliah, Statistika Bisnis*. (2014). Pekalongan: Stain Press Pekalongan.
- Edy Wibowo, Agung. (2012). *Aplikasi Praktis SPSS Salam Penelitian*. Yogyakarta : Gava Media.
- Fajar, Mukti. (2016). *UMKM di Indonesia Perspektif hukum ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ghazali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS19*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo, Indriyo. (2007). *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua*. Yogyakarta: BPFE.
- Gitosudarmo, Indriyo. (2014). *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua*. Yogyakarta: BPFE.
- Gunara, Thorik dan Utus hardiono. (2007). *Marketing Muhammad: Strategi Andal dan Jitu Praktis Bisnis Nabi Muhammad SAW*. Bandung: Madania Prima.

- Hakim Nasution, Arman dkk. (2006). *Manajemen Pemasaran untuk Engineering*. Yogyakarta: CV. Andi OFFSET.
- Hendri Ma'ruf. (2006). *Pemasaran Ritel*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Imam Wahjono, Sentot. (2010). *Manajemen Pemasaran Bank*. Jogjakarta: Graha ilmu.
- J.Stanton, William. (1984). *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Jatmiko. (2004). *Pengantar Bisnis*. Malang: UMM Press.
- Juhanis. (2014). *Manajemen Kewirausahaan Islam*. Makassar: Alauddin University Press.
- Kasim, Azhari. 2006. *Syariah Marketing*. Bandung: Mizan.
- Kotler dan Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi Keduabelas*. Jakarta:PT.Indeks.
- Marinus, Angipora. 2002. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga Belas. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler. (2001). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Prahalindo.
- Lattan, Hengky & Selva Temalagi. (2013). *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20.0*. Bandung: Alfabeta.
- Noor, Juliansyah. (2012). *Metode Penelitian*. Jakarta: Kencana.
- Nugroho, H. (2008). *Analisis Pengaruh Inflasi, Suku Bunga, Kurs dan Jumlah Uang Beredar terhadap Indeks LQ45* (Studi kasus pada BEI Periode 2002-2007 (Doctoral dissertation, program Pascasarjana Universitas Diponegoro).
- Oentoro, Deliyanti. (2010). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: PT Laksbang Press.
- Priyatto, Duwi. (2017). *Paduan Praktis Olah Data Menggunakan SPSS*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

- Riadi, Edi. (2016). *Statistika Penelitian (Analisis Manual dan IBM SPSS)*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Simamora, Henry. (2000). *Manajemen Pemasaran Internasional Jilid I*. Jakarta: Salemba Empat.
- Singrimbun, Masri. (1983). *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: LP3ES.
- Siregar, Syofian. (2014). *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif: dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Siregar, Syofian. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Afabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian (Kuantitatif, kualitatif, dan R&D)*. Bandung: ALFABETA.
- Sukirno, Sadono. (2006). *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Kencana.
- Tasruddin, Ramsiah. (2011). *Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Komunikasi Pemasaran*. Makassar: Alauddin University.
- Tjiptono, Fandy. (1997). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2007). *Pemasaran Jasa*. Malang : Bayumedia Publishing.
- Whidya Utami, Christina. (2011). *Strategi Pemasaran Ritel*. Jakarta: PT INDEKS.
- Widya Utami, Christina. (2010). *Manajemen Ritel, Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*, Jakarta: Salemba Empat.
- Yazid. (2001). *Pemasaran Jasa Konsep dan Implementasi*. Yogyakarta: EKONESIA.
- Yusuf, Muri. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Dari Skripsi:

- Ambarwati Niken. (2016). Pengaruh Promosi, Penentuan Harga, dan Saluran Distribusi terhadap Volume Penjualan pada UMKM Sambal Pecel Bu Nur di Desa Lengkong Nganjuk. *Skripsi*, Sarjana Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri.
- Andrew Pradana, Nico. (2014). Pengaruh Promosi Terhadap Volume Penjualan pada CV. Rown Division Surakarta. *Skripsi*, Sarjana Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Boedileksono, Karlina. (2007). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Volume Penjualan Studi Kasus pada PT. Intan Tunggal Kharisma Yogyakarta. *Skripsi*, Sarjana Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Dewi Alamsah, Candra. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kehalalan Produk, Harga Bersaing terhadap Volume Penjualan (Studi Kasus Pedagang Kaki Lima di Kota Salatiga). *Skripsi*, Sarjana Ekonomi IAIN Salatiga.
- Diah Asriadi, Putu. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Volume Penjualan Produk Twisterdog. *Skripsi*, Sarjana Ekonomi IKIP PGRI Bali.
- Kartika Sari, Meli. (2018). Pengaruh *Marketing Mix* terhadap Tingkat Penjualan Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Toko Kue Dua Putri Kab. Lampung Barat. *Skripsi*, Sarjana Ekonomi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Prodi Ekonomi Syariah.
- Mariatun. (2021). Pengaruh Lokasi terhadap Volume Penjualan Bakso Mataram Marpoyan di Pekan Baru. *Skripsi*, Sarjana Ekonomi Universitas Islam Riau, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
- Nur Fitria, Andi Azizah. (2013). Pengaruh Harga Jual dan Lokasi terhadap Volume Penjualan Telur Itik di Kota Makassar. *Skripsi*, Sarjana Peternakan Universitas Hasanuddin Makassar.
- Rohayati Wida. (2013). Pengaruh Variasi Produk terhadap Volume Penjualan pada Rumah Makan Bakmi Jogja Pak Rosa Jl. Panatayuda, Jl. H Wasid, Jl. Panatayuda Bandung (Studi Kasus pada Rumah Makan Bakmi Jogja Pak Rosa Jl. H Wasid Kota Bandung). *Skripsi*, Sarjana Ekonomi Universitas Pendidikan Indonesia.
- Zurochtina. (2016). Pengaruh Periklanan, Personal Selling, Promosi Penjualan dan Publisitas terhadap Peningkatan Volume Penjualan (Studi pada

Pengusaha Muslim Konveksi Jeans di Kecamatan Wonopringgo Kabupaten Pekalongan). *Skripsi*, STAIN Pekalongan.

Dari Jurnal:

- Abbas, Djamila. (2018). Pengaruh Modal Usaha, Orientasi Pasar, dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UKM Kota Makassar. *Jurnal Manajemen, Ide dan Inspirasi*. (5) 1, 95-112.
- Ananda, Amin Dwi dan Dwi Susilowati. (2017). Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Industri Kreatif di Kota Malang. *Jurnal Ilmu Ekonomi*. (1) 1, 120-142.
- Anggraeni, Jenni dkk. (2016). Pengaruh Keanekaragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Store Atmosphere terhadap Impulse Buying di Butik Cassanova Semarang. *Jurnal Of Management*. (2) 2, 1-20.
- Batubara, Azmiani dan Rahmat Hidayat. (2016). Pengaruh Penetapan Harga dan Promosi terhadap Tingkat Penjualan Tiket Pada PSA Mihin Lanka Airlines. *Jurnal Ilman*. (4) 1, 33-46.
- Dian Efendi, Wisnu. (2018). Pengaruh Variasi Produk, Kemasan, dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Ice Cream Campina di Mini Market Wilayah Kota Kediri. *Jurnal Simki-Economic*. (2) 2, 1-12.
- F. Enggel, James dan Roger D. Blacwell. (2013). jurnal Farli Liwe. Kesadaran Merek, Keragaman Produk, dan Kualitas Produk Pengaruhnya terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Membeli di KFC Manado. *Jurnal EMBA*. (1) 4, 2097-2116.
- Faradisa, Isti dkk. (2016). Analisis Pengaruh Variasi Produk, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Indonesian Coffeeshop Semarang (ICOS CAFE). *Jurnal Manajemen*. (2) 2, 1-13.
- Hamid, Satim. (2017). Analisis Program Pemasaran Produk UMKM Dodol Garut. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Kreatif*. (2) 1, 82-105.
- Hastuti Listyawati, Indri. (2017). Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Beli Konsumen di Pamella Empat Yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*. 4 (2), 50-59.

- Hidayat, Relon Taufik dan Sri Zuliarni. (2014). Pengaruh Lokasi Usaha pada Volume Penjualan (Survei Pada Restoran Kecil di Lingkungan Universitas Riau). *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*. (9) 2, 92-100.
- Imam Sutanto Intan dan Samto. (2021). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, dan saluran Distribusi terhadap Peningkatan Volume Penjualan Yoghurt pada PT. Sentra Agri Mulia Lestari Semarang. *Jurnal Ekonomi Logistik*. (2) 2, 1-20.
- Irfan Nasution, Muhammad dkk. (2017). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan. *Jurnal Riset Sains Manajemen*. (1) 1, 1-12.
- Isqo', Hayatun. (2015). Pengaruh Variasi Produk Terhadap Volume Penjualan Merek AKO Pada Matahari Departemen Store Lembuswana di Samarinda. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. (3) 2, 470-481.
- Kartika, Metasari dan Hendarmin. (2018). Pemetaan Ekonomi Kreatif Subsektor Kuliner di Kota Pontianak. *Journal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*. (7) 1, 58-71 .
- Kusuma Yanti, Samari dan Hery Purnomo. (2021). Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Melalui Kualitas Produk, Harga dan Promosi pada UD Jawa Mandiri. *Jurnal Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi*. (6) 1, 97-108.
- Mardianto, Eko dkk. (2019). Analisis Pengaruh Pelayanan, Promosi dan Variasi Produk terhadap Peningkatan Volume Penjualan Usaha Thai Tea Booyah di Sungailiat. *Jurnal Progresif Manajemen Bisnis (JPMB)*. (6) 5, 377-386.
- O. Mokal, Frendy & Altje Tumbel. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Distribusi terhadap Volume Penjualan Roti Jordan CV. Minahasa Mantap Perkasa. *Jurnal EMBA*. (3) 1, 254-265.
- Padhil, Ahmad dkk. (2018). Strategi Pemasaran Kue Bagea Sebagai Kue Khas Kota Palopo dengan Menggunakan Analisis SWOT Pada UKM Multi Kue Kota Palopo. *Jurnal Industri Teknik Manajemen*. (3) 2, 15-23.
- Paputungan, Desiastuty dkk. (2017). Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada PT. Columbia Kotamobagu. *Jurnal Administrasi Bisnis*. (4) 5, 1-9.
- Pradwika, Disa Fitri dan Sudharto P. Hadi. (2018). Pengaruh Promosi Kreatif dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen E-Commerce Zalora.co.id (Studi Kasus Pada Konsumen di Kota Jakarta. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. (8) 1, 1-8.

- R.YTawarik, Alfredo dkk. (2014). Merek Dan Fashion Involvement Pengaruhnya Terhadap Perilaku Impulse Buying Pada Konsumen. *Jurnal EMBA*. (2) 2, 975-984.
- Rawis, Jemmy E.O dkk. (2016). Analisis Keuntungan Usaha Kecil Kuliner Dalam Upaya Pengembangan UMKM di Kota Manado (Studi Kasus Usaha Katering Miracle Ranotana Weru). *Jurnal EMBA*. (4) 2, 106-119.
- Rompis, Dewi dkk. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Volume Penjualan pada PT. TRIDJAYA MULIA SUKSES. *Jurnal EMBA*. (5) 3, 3078-3087.
- Susilo Wibowo, Tony. (2016). Pengaruh Profil Wirausahawan dan Perencanaan Usaha Terhadap Volume Penjualan pada Pelaku Usaha di Kantin Universitas PGRI Adi Buana Surabaya. *Jurnal EMBA*. (21) 1, 31-44.
- Taufik Hidayat, Relon dan Sri Zuliarni. (2014). Pengaruh Lokasi Usaha pada Volume Penjualan (Survei Pada Restoran Kecil di Lingkungan Universitas Riau). *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*. (9) 2, 92-100.
- Viane Bertan, Cindy dkk. (2016). Pengaruh Pendayagunaan Sumber Daya Manusia (Tenaga Kerja) Terhadap Hasil Pekerjaan (Studi Kasus Perumahan Taman Map Angket Raya (Tamara). *Jurnal Sipil Statik*. (4) 1, 13-20.

Dari Website:

<http://www.ui.ac.id/berita/umkm-2018-isu-akses-pembiayaan-ekonomi-kreatif-dan-e-commerce.html> (diakses pada 14 Maret 2022).