

**PENGARUH SERTIFIKASI HALAL, HARGA DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PADA
INDUSTRI UMKM DI KABUPATEN BATANG**

SKRIPSI

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



Oleh:

YUSRIL IHZA MAHENDRA
NIM : 4118110

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

**PENGARUH SERTIFIKASI HALAL, HARGA DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PADA
INDUSTRI UMKM KABUPATEN BATANG**

SKRIPSI

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



Oleh:

YUSRIL IHZA MAHENDRA

NIM : 4118110

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

2022

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yusril Ihza Mahendra

NIM : 4118110

Judul Skripsi : **PENGARUH SERTIFIKASI HALAL, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PADA INDUSTRI UMKM DI KABUPATEN BATANG**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Demikian pernyataan ini saya buat sebenar-benarnya.

Pekalongan, 05 Oktober 2022
Yang menyatakan

A 1000 Rupiah revenue stamp (Meterai Tempel) with a signature over it. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'SEPUULUH RIBU RUPIAH', '1000', 'TGL. 20', 'METERAI TEMPEL', and the serial number '454D1AKX085822304'.

Yusril Ihza Mahendra
NIM. 4118110

NOTA PEMBIMBING

Dr. Hendri Hermawan Adinugraha, S.E.I., M.S.I

Perumahan De Afta Residence A5, Winong, Gejlik, Kajen, Kab. Pekalongan

Lamp. : 3 (tiga eksemplar)

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Yusril Ihza Mahendra

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

c.q. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

UTN K.H. Abdurrahman Wahid

PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : **Yusril Ihza Mahendra**

NIM : **4118110**

Judul Skripsi : **PENGARUH SERTIFIKASI HALAL, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PADA INDUSTRI UMKM DI KABUPATEN BATANG**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 26 September 2022

Pembimbing



Dr. Hendri Hermawan Adinugraha, S.E.I., M.S.I

NIP. 19870311 201908 1 001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Pahlawan Rowolaku Kaje Pekalongan, Tlp. (0285) 412575, Fax. (0285) 423418
Website : febi.uingusdur.ac.id Email : febi.uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid
Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara :

Nama : **YUSRIL IHZA MAHENDRA**
NIM : **4118110**
Judul : **PENGARUH SERTIFIKASI HALAL, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PADA INDUSTRI UMKM DI KABUPATEN BATANG**

Telah diujikan pada hari Jum'at tanggal 28 Oktober 2022 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji

Penguji I

Ahmad Sukron, M.E.I
NIP. 197110152005011003

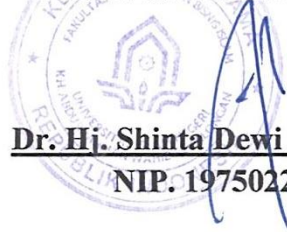
Penguji II

Bambang Sri Hartono, M.Si.
NITK. 19680225 202001 d1 028

Pekalongan, 31 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

“Balas dendam terbaik adalah menjadikan dirimu lebih baik”

“Ubahlah hidupmu hari ini, jangan pernah bertaruh pada masa depan, kamu harus bertindak sekarang tanpa menunda-nunda”

-Simone de Beauvoir-

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Islam Negeri KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari sepenuhnya atas segala keterbatasan dan banyaknya kekurangan-kekurangan yang harus diperbaiki dalam penulisan Skripsi ini. Banyaknya kekurangan-kekurangan yang harus diperbaiki dalam penulisan Skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat bagi setiap orang yang membacanya, khususnya bagi dunia pendidikan. Dalam pembuatan skripsi ini penulis banyak mendapatkan berbagai dukungan serta bantuan materil maupun non materil dari berbagai pihak. Berikut ini beberapa persembahan sebagai ucapan terima kasih dari penulis kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu terlaksananya penulisan Skripsi ini :

1. Kedua orang tua penulis, Bapak Warmad dan Ibu Saryuni, sebagai tanda bukti rasa hormat dan rasa terima kasih saya atas segala doa serta dukungan baik secara materil dan moral.
2. Keluarga penulis, Bisri Musthofa, Endang Trihapsari dan Hanum salsabila hurilaini yang telah mendukung dan memberi semangat mengerjakan Skripsi ini.
3. Almamater penulis jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
4. Dr. Hendri Hermawan Adinugraha, S.E.I., M.S.I., yang telah menyediakan

waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.

5. Dosen Wali Bapak Dr.H. Ahmad Zawawi, LC,M.A.. yang telah menyetujui judul dari penelitian ini serta memberikan motivasi bagi penulis.
6. Kepada Dewi Qurrotul Aini patner spesial saya, terimakasih menjadi patner dalam hal baik, yang selalu meluangkan waktunya, mendukung saat sedih, menghibur dan selalu memberi semangat.
7. Teman seperjuangan, Andre, Ardiansyah, Mufti, Himam, Hamam, Alam, Fahmi, Khaqiqi yang bersama-sama berjuang dan mendukung selama kuliah di Universitas Islam Negeri KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan
8. Teman KKN Cuplis, Zahrul, Ahsan, Khafifi, Bang Ari, Salsa, Mae,Ciky, Eli dan yang telah membantu saya dalam penelitian ini.
9. Terimakasih untuk diriku sendiri, kamu sudah mampu mengusahakan banyak hal untuk masa depan, kamu hebat karena telah bertahan sejauh ini, kamu hebat karena meski berfikir untuk menyerah, nyatanya kamu tetap maju tanpa goyah.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

ABSTRAK

YUSRIL IHZA MAHENDRA, Pengaruh Sertifikasi Halal, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Industri UMKM Di Kabupaten Batang.

Industri UMKM yang berkembang pada saat ini mereka bersaing melakukan strategi untuk meningkatkan penjualannya, dari itu industri UMKM harus mempertahankan penjualan yang tepat dan teliti untuk mempertahankan eksistensinya dalam dunia UMKM karena hal ini berdampak pada peningkatan penjualan, penjualan akan meningkat jika kejelasan produk, kualitas produk, serta harga yang sesuai. Para UMKM harus melihat perkembangan pasar untuk meningkatkan penjualannya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui analisis pengaruh sertifikasi halal, harga, dan kualitas produk terhadap peningkatan penjualan pada industri UMKM di kabupaten Batang.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif dengan metode survey, metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuesioner yang telah diuji valid dan reliabel. Penentuan jumlah sampel pada penelitian ini dengan perhitungan menggunakan rumus Slovin dan didapat sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Probability Sampling* yaitu teknik pengambilan Sample yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi yang dipilih menjadi sample.. . dengan menggunakan *random sampling* adalah pengambialn anggota secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Penelitian ini menggunakan metode analisis data uji regresi linear berganda dengan bantuan SPSS 22.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial Sertifikasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Penjualan dengan hasil uji t (parsial) dengan nilai signifikansinya sebesar $0,010 < 0,05$ dan $t_{hitung} (2,614) > t_{tabel} (1,98498)$. secara parsial Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Penjualan dengan hasil uji t (parsial) dengan nilai signifikansinya sebesar $0,000 < 0,05$ dan $t_{hitung} (3,632) > t_{tabel} (1,98498)$. Secara parsial Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Penjualan dengan hasil uji t (parsial) dengan nilai signifikansinya sebesar $0,000 < 0,05$ dan $t_{hitung} (8,611) > t_{tabel} (1,98498)$. Sedangkan secara simultan variabel Sertifikasi Halal, Harga dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Penjualan. Hal ini sesuai dengan hasil uji F bahwa $F_{hitung} (243,970) > F_{tabel} (2,70)$ dan nilai signifikansi $(0,000) < 0,05$.

Kata Kunci : Sertifikasi Halal, Harga, Kualitas Produk dan Peningkatan Penjualan

ABSTRACT

YUSRIL IHZA MAHENDRA, Effect of Halal Certification, Price and Product Quality on Increasing Sales in the MSME Industry in Batang Regency.

The MSME industry that is developing at this time is competing for strategies to increase its sales, from that the MSME industry must maintain precise and thorough sales to maintain its existence in the MSME world because this has an impact on increasing sales, sales will increase if product clarity, product quality, and the right price. MSMEs must look at market developments to increase their sales.

This research is a quantitative research with survey method, the data collection method in this research is a questionnaire that has been tested valid and reliable using a sample of 100 respondents. The sampling technique uses Probability Sampling, namely the sample method by taking respondents who, according to Donald Rudah's formula, are known. Determination of the number of samples in this study was calculated using the formula from Slovin. This study uses multiple linear regression test data analysis method with the help of SPSS 22.

The results of this study indicate that Halal Certification, Price, and Product Quality have an effect on increasing sales in the MSME industry in Batang Regency. Then the variables of Halal Certification, Price and Product Quality have an effect on increasing sales in the MSME industry in Batang Regency. The results of the coefficient of determination test show the value of the coefficient of determination (Adjusted R square) of 0.685, which means that three independent variables have an influence of 68.5% on Sales Increase, while the remaining 31.5% is influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: Halal Certification, Price, Product Quality and Sales Increase

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Zaenal Mustakim, M.Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan
2. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H., selaku Dekan FEBI Universitas Islam Negeri KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan
3. Dr. Tamamudin, M.M., selaku wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan FEBI Universitas Islam Negeri KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan
4. Muhammad Aris Safi'i, M.E.I., selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah FEBI Universitas Islam Negeri KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan
5. Happy Sista Devy, S.E, selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah FEBI Universitas Islam Negeri KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan
6. Dr. Hendri Hermawan Adinugraha, S.E.I., M.S.I., selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.

7. Dr.H. Ahmad Zawawi, LC., M.A. selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA) yang telah menyetujui judul dari penelitian ini serta memberikan motivasi bagi penulis.
8. Seluruh Dosen Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
9. Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koprasi, dan UKM Kaupaten atang serta Pelaku indutri UMKM di Kabupaten Batang yang telah bersedia menjadi responden dalam penelitian ini
10. Kedua orang tua penulis, Bapak Warmad dan Ibu Saryuni, atas segala doa serta dukungan baik secara materil dan moral.
11. Kakak kandung saya Bisri Musthofa, kakak Ipar saya Endang Trihapsari dan keponakan saya Hanum Salsabila Huril Aini yang telah memberikan dukungan dan motivasi dalam penyusunan Skripsi.
12. Sahabat yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, 05 Oktober 2022



Penulis

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
PEDOMAN TRANSLITERASI	xiv
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I	
PENDAHULUAN.....	1
A. LATAR BELAKANG MASALAH.....	1
B. RUMUSAN MASALAH	7
C. BATASAN MASALAH.....	7
D. TUJUAN PENELITIAN DAN MANFAAT PENELITIAN	8
E. SISTEMATIKA PEMBAHASAN.....	10
BAB II	
LANDASAN TEORI.....	12
A. LANDASAN TEORI	12
1. Teori Resource Based View	12
2. Peningkatan Penjualan.....	13
3. Sertifikasi halal	16
4. Harga	18
5. Kualitas Produk	20
B. TELAAH PUSTAKA	23

C. KERANGKA BERPIKIR	31
D. HIPOTESIS	32
BAB III	
METODE PENELITIAN	36
A. Jenis Penelitian	36
B. Pendekatan Penelitian	36
C. Setting Penelitian.....	36
D. Populasi, Dan Sampel Penelitian	37
E. Variabel Penelitian	38
F. Sumber Data	41
G. Teknik Pengumpulan Data	41
H. Metode Analisis Data	42
BAB IV	
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	49
A. Deskripsi Data	49
1. Deskripsi Data Penelitian	49
2. Karakteristik Responden.....	50
3. Analisis Data Deskriptif	52
B. Analisis Data	55
1. Uji Validitas.....	55
2. Uji Reliabilitas.....	57
3. Uji Asumsi Klasik	58
4. Analisis Regresi Linear Berganda	61
5. Uji Hipotesis	63
C. Pembahasan.....	66
BAB V	
PENUTUP.....	76
A. Kesimpulan.....	76
B. Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA.....	79
LAMPIRAN.....	I

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 konsonan Bahasa Arab yang dalam system tulisan Arab di lambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian di lambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dengan huruf-huruf latin.

Dibawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin:

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

ذ	Ẓal	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	esdan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha

2. Vokal

Vokal tunggal	Vokal rangkap	Vokal panjang
أ = a		آ = ā
إ = i	أَي = ai	إِي = ī
أ = u	أَوْ = au	أُو = ū

3. Ta Marbutah

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/.

Contoh:

مرأة جميلة = mar'atun jamīlah

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/.

Contoh:

فاطمة = fātimah

4. Syaddad (Tasydid, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddad tersebut.

Contoh:

رَبَّنَا = rabbanā

الْبِلَل = al-birr

5. Kata Sandang (artikel)

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

Contoh:

الشمس = asy-syamsu

الرجال = ar-rajulu

السيدة = as-sayyidah

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

Contoh:

القمر = al-qamar

البدیع = al-badī'

الجلال = 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 apostrof '/'.

Contoh:

أمرت = umirtu

شيء = syai'un

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data perkembangan industri UMM skala besar, kecil menengah Kabupaten Batang tahun 2018-2022	5
Tabel 2.1 Telaah Pustaka	23
Tabel 3.1 Definisi Operasional dan pengukuran variable.....	39
Tabel 4.1 Jenis kelamin responden	50
Tabel 4.2 Usia responden.....	50
Tabel 4.3 Penghasilan	51
Tabel 4.4 Pendidikan.....	52
Tabel 4.5 Hasil jawaban responden tentang variabel sertifikasi Halal	53
Tabel 4.6 Hasil jawaban responden tentang variabel Harga	53
Tabel 4.7 Hasil jawaban responden tentang variabel Kualitas Produk.....	54
Tabel 4.8 Hasil jawaban responden tentang variabel Peningkatan Penjualan	55
Tabel 4.9 Hasil analisis uji validitas variabel Sertifikasi Halal	56
Tabel 4.10 Hasil analisis uji validitas variabel Harga.....	56
Tabel 4.11 Hasil analisis uji validitas variabel Kualitas Produk.....	56
Tabel 4.12 Hasil analisis uji validitas variabel Peningkatan Penjualan	57
Tabel 4.13 Hasil analisis uji Realibilitas.....	58
Tabel 4.14 Hasil uji normalitas one sample Kolmogorov smirnov test.....	59
Tabel 4.15 Hasil uji multikolinearitas	59
Tabel 4.16 Hasil uji heteroskedastisitas	60
Tabel 4.17 Hasil uji linearitas	61
Tabel 4.18 Hasil uji regresi linear berganda	62
Tabel 4.19 Hasil uji t.....	63
Tabel 4.20 Hasil uji F.....	65
Tabel 4.21 Hasil uji r ²	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	32
------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Kuesioner	I
Lampiran 2 Hasil data mentah kuesioner Penelitian.....	V
Lampiran 3 Hasil output analisis statistic deskriptif	XVI
Lampiran 4 Hasil uji validitas dan realibilitas	XVII
Lampiran 5 Uji asumsi klasik	XXI
Lampiran 6 Uji hipotesis.....	XXIII
Lampiran 7 Tabel distribusi t dan tabel distribusi F	XXIV
Lampiran 8 Dokumentasi	XXXIV
Lampiran 9 Daftar Riwayat Hidup.....	XXXV
Lampiran 10 Surat Ijin Penelitian	XXXVI
Lampiran 11 Surat Telah Melakukan Penelitian.....	XXXVII
Lampiran 12 Surat Keterangan Similarity Checking	XXXVIII

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Pertumbuhan ekonomi Indonesia yang menunjukkan sinyal positif dalam beberapa tahun terakhir tidak lepas dari kontribusi usaha menengah kecil dan mikro (UMKM). UMKM di Indonesia dalam perekonomian nasional. Hal ini karena jumlah UMKM terbilang sangat banyak dan mendominasi jumlah usaha di Indonesia. UMKM di Indonesia terbilang sangat kompleks karena bergerak dalam berbagai bidang seperti kuliner, tekstil, perkebunan, pertanian, perikanan, retail dan lainya (Siregar et al., 2020).

Perkembangan UMKM di Jawa Tengah memiliki berbagai jenis sentra kreatif yang berukuran besar sebagai modal dari provinsi lain dalam pengembangan UMKM. Di Jawa Tengah sendiri mempunyai berbagai jenis usaha bidang UMKM yang tersebar di berbagai kota di provinsi Jawa Tengah yang salah satunya ada di kabupaten Batang. Sektor UMKM yang ada di Jawa Tengah yaitu seperti industri, pertanian, perikanan, perdagangan, dan lain-lain. Bidang usaha yang banyak dikembangkan di Jawa Tengah yaitu bidang makanan dan minuman karena di bidang makanan dan minuman sangat mudah dijalankan dan mudah diterima oleh masyarakat Jawa Tengah (Sukma Nugraha Prasetya, 2021).

Produk berstandar halal sudah seharusnya menjadi bagian integral yang tak terpisahkan dari praktik industri UMKM yang menuntut adanya standar-standar yang berkualitas untuk mendapatkan kepercayaan dari konsumen,

dengan demikian aliran barang, jasa, dll. Semakin mudah memenuhi kebutuhan halal merupakan hak dasar setiap manusia. Hal itu bukan saja tentang keyakinan beragama, tetapi juga berkaitan dengan dimensi kesehatan, ekonomi, keamanan dan kebutuhan ibadah. Selaras dengan industri UMKM yang bersertifikasi halal juga sudah seharusnya memberikan perlindungan kepada konsumen, maka dituntut peran aktif dari pelaku industri UMKM. Produk halal merupakan bisnis yang sangat prospektif, karena dengan melalui sertifikasi halal dapat mengundang pelanggan yang loyal sehingga jumlah penjualannya juga akan meningkat karena kebutuhan konsumen akan produk halal yang berkualitas sangat baik. Adanya produk industri UMKM bersertifikasi halal bukan saja memberikan ketentraman batin konsumennya tetapi juga ketenangan berproduksi bagi pelaku usaha. Oleh karenanya industri UMKM yang bersertifikasi halal memiliki peluang besar untuk bersaing dan memberikan produk yang aman. Karena industri UMKM yang bersertifikasi halal tak hanya diberikan kepada konsumen muslim saja tetapi juga kepada non muslim (Warto & Samsuri, 2020).

Dalam menentukan presentase pasar dan keuntungan suatu pelaku industri UMKM. Harga salah satu faktor penting yang mempengaruhi penjualan suatu produk industri UMKM. Tinggi rendahnya harga selalu menjadi perhatian utama para konsumen saat mereka mencari produk. Sehingga harga ditawarkan menjadi bahan pertimbangan khusus, sebelum mereka memutuskan untuk membeli barang. Harga juga merupakan salah satu elemen dalam dunia pemasaran yang fleksibel, dalam arti harga dapat

diubah dalam waktu yang relatif singkat kondisi pasar pada umumnya, dengan harga yang sesuai di pasaran maka akan meningkatnya penjualan (Cicilia Nitami Gaghana, 2021).

Kualitas produk fokus utama dalam usaha industri UMKM, kualitas merupakan suatu kebijakan penting dalam meningkatkan daya penjualan produk industri UMKM yang harus memberikan kepuasan kepada konsumen yang melebihi atau paling tidak sama dengan kualitas produk pesaing. Pelaku industri UMKM harus memahami apa yang dibutuhkan konsumen atas suatu produk yang akan dihasilkan. Dengan demikian kualitas produk adalah suatu usaha untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, dimana suatu produk tersebut memiliki kualitas yang standar kualitas yang telah ditentukan, dan kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah karena selera atau harapan konsumen pada suatu produk berubah. Kualitas produk yang baik merupakan kunci produktivitas pada peningkatan penjualan industri UMKM (Mutiara & Wibowo, 2020).

Perkembangan industri UMKM yang semakin pesat, dalam keadaan yang kurang stabil maka pelaku industri UMKM harus memperhatikan perkembangan peningkatan penjualannya. Sampai saat ini banyak industri UMKM atau usaha UMKM yang pada akhirnya bangkrut atau gulung tikar karena tidak mampu mempertahankan usahanya. Oleh sebab itu suatu industri UMKM harus mempertahankan penjualan yang tepat dan teliti guna mempertahankan eksistensinya dalam dunia industri UMKM karena hal ini berdampak pada peningkatan penjualannya. Penjualan akan meningkat jika

kejelasan produk, kualitas produk serta harga yang sesuai dengan penjualan dipasaran pada umumnya. maka dari itu pelaku industri UMKM harus selalu melihat perkembangan pasar untuk selalu meningkatkan penjualan produknya (Dwi Safitri, 2020).

Untuk tujuan yang dicapai oleh pelaku industri UMKM memperoleh peningkatan penjualan yang tinggi. Maka dari itu pelaku indutri UMKM harus memilih strategi penjualan yang lebih menarik konsumen baru dan tetap mempertahankan konsumen lama, agar mencapai tujuan tersebut tentunya pelaku industri UMKM harus memiliki strategi yang jitu dan produk yang berkualitas serta pelayanan yang baik untuk konsumen. Pelaku indutri UMKM juga harus dapat melihat dan membandingkan produk yang dihasilkan baik dalam masalah produk, harga, promosi, pendistribusian dan mutu yang baik, dengan mengetahui kelemahan dari pesaingnya, pelaku dapat memperbaiki dan membuat keunggulan dari suatu produk yang dihasilkannya (Ana Yuliana, 2020).

Pada masa maraknya virus Covid-19 seluruh pelaku UMKM di Kabupaten Batang terpuruk atau bisa dikatakan menurun pemasarannya, para pelaku UMKM hanya bisa pasrah karena pemerintahan yang menerapkan beberapa daerah untuk melakukan lockdown guna untuk mencegah penyebaran virus Covid-19. Pelaku UMKM selalu berusaha untuk meningkatkan penjualanya baik itu dengan secara *online* maupun *offline* dengan cara semenarik mungkin, namun dengan cara tersebut masih saja tetap sama peningkatanya belum sesuai yang diharapkan oleh para pelaku UMKM.

Maka dari itu pelaku UMKM meminta bantuan kepada pemerintahan untuk membantu meningkatkan penjualanya meskipun laba yang dihasilkan tidak sesuai dengan yang diinginkan.

Tabel 1.1
Data perkembangan industri UMKM skala besar, kecil menengah
Kabupaten Batang tahun 2018-2022

TAHUN	BESAR	KECIL MENENGAH	JUMLAH
2018	75	10.783	10.858
2019	77	10.893	10.970
2020	78	10.988	11.065
2021	78	11.093	11.075
2022	78	11.118	11.170

Sumber : Data Disperindagkop dan UKM Kabupaten Batang, data diolah

Dari data tabel 1.1 diatas dapat diketahui bahwa jumlah usaha UMKM di Kabupaten Batang mengalami kenaikan dari tahun ke tahun (dari tahun 2018 sampai tahun 2022). Namun, dalam waktu 5 tahun terakhir. Pertumbuhan jumlah industri yang ada di Kabupaten Batang tidak diiringi dengan peningkatan penjualan.

Perkembangan ekonomi di Kabupaten Batang dari 2020 sampai sekarang meningkat pertumbuhanya, di masa itu pelaku UMKM ini teruji, selain industri pariwisata. Kedepanya UMKM juga akan menjadi prioritas pemkab batang. Oleh karena itu UMKM itu penting dan harus melekat dalam dua hal, yakni melekat di sektor pariwisata dan melekat di dalam sektor

industri. Dinas perindustrian, perdagangan, koperasi dan UKM kabupaten Batang mendorong para pelaku industri kecil dan menengah untuk memiliki sertifikasi halal dari majlis ulama Indonesia (MUI) agar mampu bersaing dipasaran dan meningkatkan penjualannya,sertifikasi halal akan menjamin produk tidak mengandung bahan-bahan yang memabahayakan. Selain itu menjadi pintu masuk yang lebih luas supaya penjualan UMKM meningkat. Harga juga menentukan penjualan, Dinas perindustrian, perdagangan, koprasi dan UKM Kabupaten Batang menekankan kepada Pelaku UMKM masalah harga dimana harga yang diberikan para pelaku UMKM haru sesuai dengan harga yang ada di pasaran supaya nantinya dapat dijangkau oleh konsumen sehingga penjualan mengalami peningkatan. Pendampingan dari kamar dagang dan Indonesia (KADIN), Disperindakop dan UKM mendorong pelaku UMKM yang ada di kabupaten barang untuk peningkatan kualitas produknya supaya memenuhi standar yang ditentukan sehingga produk mereka dapat diterima di pasaran sehingga penjualan mengalami peningkatan.

Dari latar belakang diatas maka penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul PENGARUH SERTIFIKASI HALAL, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PADA INDUSTRI UMKM DI KABUPATEN BATANG.

B. RUMUSAN MASALAH

Dengan uraian rumusan masalah diatas maka penelitian ini merumuskan sebagai berikut:

1. Apakah sertifikasi halal berpengaruh terhadap peningkatan penjualan pada industri UMKM di Kabupaten Batang?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap peningkatan penjualan pada industri UMKM di Kabupaten Batang?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap peningkatan penjualan pada industri UMKM di Kabupaten Batang?
4. Apakah sertifikasi halal, harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap peningkatan penjualan pada industri UMKM di Kabupaten Batang?

C. BATASAN MASALAH

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian hanya dilakukan kepada UMKM yang bernaungan dibawah Disperindagkop dan UKM Kabupaten Batang.

2. Populasi yang diambil hanya yang ada pada daftar di Disperindagkop dan UKM Kabupaten Batang.

D. TUJUAN PENELITIAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1. Tujuan penelitian

Berdasarkan Rumusan Masalah Yang Di Tentukan Di Atas Maka Tujuan Dari Penelitian Ini Adalah:

- a. Untuk mengetahui pengaruh sertifikasi terhadap peningkatan penjualan pada industri UMKM di Kabupaten Batang.
- b. Untuk mengetahui harga terhadap peningkatan penjualan pada industri UMKM di Kabupaten Batang.
- c. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap peningkatan penjualan pada industri UMKM di Kabupaten Batang.
- d. Untuk mengetahui pengaruh sertifikasi halal, harga dan kualitas produk terhadap peningkatan penjualan pada industri UMKM di Kabupaten Batang.

2. Manfaat penelitian

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan untuk menjadi bahan referensi untuk pembaca agar menambah wawasan ilmu pengetahuan tentang, pengaruh sertifikasi halal, harga dan kualitas produk terhadap peningkatan penjualan pada industri UMKM di Kabupaten Batang. Dan untuk peneliti baru dapat dijadikan sebagai sumber informasi dan memberikan

pemikiran tentang Peningkatan Penjualan, sehingga dapat menambah pengetahuan, wawasan juga pengalaman.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi peneliti

Dari hasil penelitian ini harapannya menambah wawasan dan memperbanyak pandangan penelitian, dalam pemasaran produk UMKM khususnya berkaitan sertifikasi halal harga dan kualitas produk terhadap peningkatan penjualan industri UMKM di Kabupaten Batang.

2) Bagi akademisi

Dari hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan untuk pengajaran serta tambahan informasi dan referensi yang sesuai dengan relevansi terhadap ilmu pengetahuan.

3) Bagi pelaku usaha

Dapat digunakan untuk referensi dalam mengembangkan industri UMKM dengan meningkatkan penjualan serta melihat kebutuhan pasar.

4) Bagi masyarakat

Dari hasil penelitian ini dapat menambah wawasan, pengetahuan dan motivasi, kepada masyarakat mengenai untuk menjadikan sebagai referensi membantu meningkatkan perekonomian yang merata.

E. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Dalam penulisan penelitian ini, sistematika penulisan yang digunakan adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan hal-hal yang akan dibahas dalam proposal

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II : KERANGKA TEORI

Bab ini terdiri dari: landasan teori, telaah pustaka, kerangka berfikir dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab metode penelitian terdiri dari: pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampel dan teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang analisis yang digunakan dalam penelitian ini. Berisi deskripsi data, hasil penelitian, analisis dan pembahasan. Tentang Pengaruh Sertifikasi Halal terhadap peningkatan penjualan, Harga terhadap Peningkatan penjualan, Kualitas Produk terhadap peningkatan penjualan, Sertifikasi Halal, Harga, Kualitas Produk Terhadap Peningkatan Penjualan

BAB V : PENUTUP

Bab ini menjelaskan kesimpulan dari hasil penelitian. Selain itu juga berisi tentang keterbatasan penelitian dan saran.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis, maka penelitian ini menghasilkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel Sertifikasi Halal (X1) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 2,614 dengan signifikansi 0,010 sehingga dapat hasil $t_{hitung} (2,614) > t_{tabel}$ dan signifikansi $0,010 < 0,05$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa Sertifikasi Halal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Peningkatan Penjualan. Sehingga H_1 yang menyatakan bahwa Sertifikasi Halal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Peningkatan Penjualan diterima.
2. Variabel Harga (X2) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 3,632 dengan signifikansi 0,000 sehingga dapat hasil $t_{hitung} (3,632) > t_{tabel}$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa Harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Peningkatan Penjualan, sehingga H_2 yang menyatakan bahwa Harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Peningkatan Penjualan diterima.
3. Variabel Kualitas Produk (X3) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 8,611 dengan signifikansi 0,000 sehingga dapat hasil $t_{hitung} (8,611) > t_{tabel}$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Peningkatan Penjualan, sehingga H_3 yang menyatakan bahwa Kualitas Produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Peningkatan Penjualan diterima.

4. Hasil nilai F_{hitung} (432,970) > F_{tabel} (2,70) dan nilai signifikansi (0,000) < 0,05. Sehingga dapat disimpulkan yang semua variabel independen secara simultan mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan Sertifikasi Halal, Harga dan Kualitas Produk terhadap Peningkatan Penjualan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka terdapat berbagai saran sebagai berikut:

1. Bagi Pelaku UMKM

Pada penelitian ini menyatakan bahwa variabel Sertifikasi Halal, Harga dan Kualitas Produk berpengaruh secara signifikan terhadap Peningkatan Penjualan. Dari hasil ini peneliti menyarankan bahwa setiap pelaku industri UMKM untuk meningkatkan kepercayaan konsumen untuk mendaftarkan produk yang dibuat untuk didaftarkan ke label Halal karena mayoritas masyarakat Kabupaten Batang ini adalah beragama Islam, untuk meningkatkan kepercayaan produk maka akan meningkatkan penjualan. Juga agar menarif harga yang sesuai dengan pasaran dan juga meningkatkan kualitas produk dari produk yang di produksi.

2. Bagi Disperindagkop dan UKM Kab. Batang

Pada penelitian ini bahwa Disperindagkop telah membantu para pelaku UMKM untuk meningkatkan penjualan, namun untuk kedepannya lagi untuk selalu memberikan yang terbaik untuk UMKM Kab. Batang agar meningkat penjualanya dan berkembang dengan baik di kalangan masyarakat sekitar.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang akan meneliti dengan topik yang sama, diharapkan bisa mengembangkan juga memperluas kembali penelitian ini. Juga perlu ditambahkan lagi faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan penjualan. Guna untuk semakin menyempurnakan pemahaman terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya Tamara. (2021). *PENGARUH SERTIFIKASI HALAL, KESADARAN HALAL, DAN BAHAN MAKANAN TERHADAP MINAT BELI PRODUK MAKANAN HALAL (Studi Pada Mahasiswa Muslim Institut Teknologi Sumatera)*.
- Agung Widhi Kurniawan, Z. P. M. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Issue April).
- Ahda Segati. (2018). Pengaruh Persepsi Sertifikasi Halal, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Persepsi Peningkatan Penjualan. *JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 3(2), 159. <https://doi.org/10.15548/jebi.v3i2.175>
- Alim, S. A., Brawijaya, U., Administrasi, F. I., Bisnis, I. A., Studi, P., Administrasi, I., & Pemasaran, K. (2018). *PENGARUH PERSEPSI LABEL HALAL DAN*.
- Alwi, T., Sunarso, S., & Maidarti, T. (2019). Peningkatan Penjualan melalui Eksepsi dan Sertifikasi Halal. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 21(1), 71. <https://doi.org/10.33370/jpw.v21i1.298>
- Ana Yuliana. (2020). PENGARUH SERTIFIKAT HALAL TERHADAP TINGKAT PENJUALAN AYAM SEGAR PT. ADIL MART PONTIANAK. *Jurnal Ekonomi Integra*, III, 48–57.
- Anggraini, N. P., & Suryoko, S. (2018). Pengaruh Labelisasi Halal, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Konsumen Kosmetik Sariayu Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(3), 359–369.
- Cicilia Nitami Gaghana dan J. R. E. Tampi dan J. A. F. Kalangi. (2021). PENGARUH HARGA TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PRODUK SEMEN TIGA RODA PADA PT. ROBCAGA BEO KABUPATEN KEPULAUAN TALAUD. *Syria Studies*, 7(1), 37–72. https://www.researchgate.net/publication/269107473_What_is_governance/link/548173090cf22525dcb61443/download%0Ahttp://www.econ.upf.edu/~renyal/Civilwars_12December2010.pdf%0Ahttps://think-asia.org/handle/11540/8282%0Ahttps://www.jstor.org/stable/41857625
- Diana Maryana, F. L. S. (2019). Pengaruh Penagihan Pajak dengan Surat Teguran dan Surat Paksa terhadap Efektivitas Pencairan Tunggakan Pajak (Studi Kasus pada Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Majalaya). *Jurnal Akuntansi*, 12(2), 1–10.

- Dwi Safitri. (2020). PENGARUH SERTIFIKASI HALAL DAN HARGA BAHAN BAKU TERHADAP PENJUALAN KERUPUK UDANG PADA PENGOLAHAN INDUSTRI RUMAHAN DI KECAMATAN KUALA JAMBI KABUPATEN TANJUNG JABUNG TIMUR PROVINSI JAMB. *UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTHAN THAHA SAIFUDDIN JAMBI*, 68(1), 1–12. <http://dx.doi.org/10.1016/j.ndteint.2014.07.001><https://doi.org/10.1016/j.ndteint.2017.12.003><http://dx.doi.org/10.1016/j.matdes.2017.02.024>
- Fajri, I. (2018). Strategi Peningkatan Penjualan Makanan Tradisional Sunda Melalui Daya Tarik Produk Wisata Kuliner di The Jayakarta Bandung Suite Hotel & Spa. *THE Journal : Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 8(1), 45. <https://doi.org/10.17509/thej.v8i1.11689>
- Fauzi Dwi Putra. (2019). PENGARUH VOLUME PENJUALAN DAN BIAYA PRODUKSI KALUNG TERHADAP LABA PADA HIDAYAH SHOP KUTA-BADUNG. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9(2), 462. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v9i2.20127>
- Ghofur, A., Badriyah, N., Zahro, E. K., & Kusumaningrum, A. (2020). Analisis Pengaruh Harga Barang, Promosi Dan Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Pupuk Organik Non Subsidi Pada CV Gunung Mas Gresik. *Analisis Pengaruh Harga Barang, Promosi Dan Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Pupuk Organik Non Subsidi Pada CV Gunung Mas Gresi*, 4(2), 927–936.
- Harsanto, L. F., & Hidayat, W. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Pada Ukm Martabak Mas Ipung Di Perumahan Plamongan Indah Semarang. *Jurnal Administrasi Bisnis Departemen Administrasi Bisnis Universitas DPENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (PADA UKM MARTABAK MAS IPUNG DI PERUMAHAN PLAMONGAN INDAH SEMARANG*Giponegoro, 024, 10.
- Hasanah, T. (2020). Volume Penjualan Berdasarkan Kualitas Produk, Promosi dan Saluran Distribusi. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 2(2), 159–171. <https://doi.org/10.31539/jomb.v2i2.1775>
- Imran, Rahim, R., & Nasfi. (2021). The Effek Of Promotion And Product Quality On Sales Volume In The Bukittinggi Alumunium Industry. *E-Jurnal Apresiasi Ekonomi Volume 9, Nomor 2, Mei 2021 : 202-212*, 9, 202–212.

- Irfan Rizqullah, A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mazelnid. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(2), 215–221. <https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/683/59>
- Janna, N. M. (2020). Konsep Uji Validitas dan Reliabilitas dengan Menggunakan SPSS. *Artikel : Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI) Kota Makassar*, 18210047, 1–13.
- Kil'it, D. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA DISTRO POPIN PANGKAL PINANG. *NASKAH PUBLIKASI*, 1–17.
- Komang Evi Windayani, N. L. G. E. S. (2021). Pengaruh Fasilitas Peer To Peer Lending, Supply Chain Management dan Volume Penjualan Terhadap Kapasitas Keuangan UMKM Dimasa Covid-19. *JURNAL AKUNTANSI PROFESI*, 13. <https://repo.undiksha.ac.id/7208/>
- Kurniawati, N. (2020). Pengaruh Digital Marketing , Aplikasi Layanan Pesan Antar Makanan , dan Harga terhadap Volume Penjualan UMKM di Kota Semarang Sales Volume in Semarang City. *Prosiding Seminar Nasional Unimus*, 3, 1105–1114.
- Lestari, J. S., Farida, U., & Chamidah, S. (2020). Pengaruh Kepemimpinan, Kedisiplinan, Dan Lingkungan Kerjaterhadap Prestasi Kerja Guru. *ASSET: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 38–55. <https://doi.org/10.24269/asset.v2i2.2388>
- Marpaung, B., & Mekaniwati, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian STUDI PADA KONSUMEN ALAT MESIN PENGOLAH KOPI DI PT. KARYA MITRA USAHA. *JIMKES Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(1), 29–38.
- McAdam, R., Miller, K., & McSorley, C. (2019). Towards a contingency theory perspective of quality management in enabling strategic alignment. *International Journal of Production Economics*, 207, 195–209. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2016.07.003>
- Muhtarom, A. (2022). ANALISIS PERSEPSI HARGA , KUALITAS PELAYANAN , TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN DIMEDIASI LOYALITAS PELANGGAN PADA UMKM AYAM POTONG. 5(1), 743–755.

Mukhid. (2020). *Metodologi Penelitian*.

Muslimah, A. N., Hamdani, H. I., & Irfani, F. (2018). Pengaruh Brand Image Dan Sertifikasi Halal Terhadap Minat Beli Pelanggan (Studi Kasus Superkue Bogor). *Jurnal Al Amwal*, 1(1), 41–57.

Mutiara, M., & Wibowo, I. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 8(2), 10–20. <https://doi.org/10.35137/jmbk.v8i2.419>

Neti dan Lin Magdalena. (2019). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUKSI TERHADAP PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN PADA PABRIK ROTI DUA CAKRA. *Jurnal Fokus*, 9–25.

Nidia Darma Putri, M. R. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP PENJUALAN DI INDORIVA ONLINE PADA PT. MULTISUKSES ENERGI. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bina Bangsa*, 2, 1285–1297.

Nila Fitri. (2020). PENGARUH HARGA TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA TOKO SAM BICYCLE DI KELURAHAN SIMPANG BARU KECAMATAN TAMPAN MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH. In *Konstruksi Pemberitaan Stigma Anti-China pada Kasus Covid-19 di Kompas.com* (Vol. 68, Issue 1). <http://dx.doi.org/10.1016/j.ndteint.2014.07.001%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.ndteint.2017.12.003%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.matdes.2017.02.024>

Ningrum, I. F. (2018). *Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah Surabaya*.

Pratama, S. A., & Permatasari, R. I. (2021). Pengaruh Penerapan Standar Operasional Prosedur Dan Kompetensi Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Divisi Ekspor Pt. Dua Kuda Indonesia. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 11(1), 38–47.

Puspitasari, I., Sumampouw, H., & Punuindoong, A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kesesuaian Harga Terhadap Peningkatan Penjualan Beras Premium Pada Perum Bulog Divisi Regional Sulawesi Utara Dan Gorontalo (Studi Kasus Pada Konsumen Wilayah Kota Manado). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(002), 269364.

- Rachmasari, M., Setiawan, B. M., & Santoso, S. I. (2019). Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Volume Penjualan Karet PT. Perkebunan Nusantara IX Semarang. *Agriecobis : Journal of Agricultural Socioeconomics and Business*, 2(2), 87. <https://doi.org/10.22219/agriecobis.vol2.no2.87-94>
- Rahayu Lestari, Kumba Digdowiseiso, D. S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Terhadap Tingkat Penjualan Melalui Digital Marketing Umkm Industri Makanan Dan Minuman Di Kecamatan Pancoran Jakarta Selatan Saat Pandemi Covid-19. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 7(3), 10–27.
- Rahman Pratama. (2019). PENGARUH HARGA JUAL, KUALITAS PRODUK, DAN PERIKLANAN TERHADAP VOLUME PENJUALAN MOBIL TOYOTA AVANZA PADA PT HADJI KALLA DI KOTA MAKASSAR. *Fakultas Syariah Dan Hukum*, 10(9), 32. <https://dspace.upi.edu/bitstream/123456789/5224/1/UPS-QT03885.pdf>
- Risdianto, A., Dwi Cahyo, & Sugiyanto. (2022). *Pengaruh Harga Dan Biaya Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Sebamed Pada PT Eltean Luhur Kencana*. 02(2), 2–2. <http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/SNH>
- Sahariyah, N., & Shoimah, S. (2020). Pengaruh Keramahan Dan Pengetahuan Produk Beauty Advisor Terhadap Peningkatan Penjualan Pond'S Di Cv. Bin Wahab Group Sugio Lamongan. *HUMANIS: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 12(2), 195–208. <https://doi.org/10.52166/humanis.v12i2.1986>
- Salman Farisi dan Qahfi Romula Siregar. (2020). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online di Kota Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(1), 148–159. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v3i1.4941>
- Setiawan, E. (2021). Pemahaman Masyarakat Tentang Penerapan Akuntansi Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi)*, 12(02), 580–590.
- Setiawati. (2021). Analisis Pengaruh Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Farmasi di BEI. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(8), 1581–1590.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.

- Taufik, & Yam. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2), 96–102.
- Triana, U. (2021). Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Bahan Makanan, Dan Citra merek Produk Terhadap Minat Beli Produk makanan Halal (Studi Kasus Mahasiswa Muslim Di Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(2). <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/7711>
- Tumbel, F. O. M. A. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Distribusi Terhadap Volume Penjualan Roti Jordan Cv. Minahasa Mantap Perkasa. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1), 254–265.
- Waskito, D. (2015). Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal (Sudi Pada Mahasiswa Muslim di Yogyakarta). *Universitas Negeri Yogyakarta*, 1, 1–12.
- Wawan Wasik Marzuki, Drs. Triyono, M. (2020). PENGARUH RELIGIUSITAS, SERTIFIKASI HALAL, DAN BAHAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Unimus*, 1999(December), 1–6.
- Widana, W., & Muliani, P. L. (2020). Uji Persyaratan Analisis. In *Analisis Standar Pelayanan Minimal Pada Instalasi Rawat Jalan di RSUD Kota Semarang*.
- Yuniati Wulandarai. (2020). PENGARUH KESADARAN DAN SERTIFIKASI HALAL TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN MUSLIM PADA PRODUK KRIPIK PISANG PAK DJ DI KOTA JAMBI. *UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTHAN THAHA SAIFUDDIN JAMBI*, 21(1), 1–17.