

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN
PROMOSI TERHADAP PENDAPATAN PENJUALAN AYAM POTONG DI PASAR
DINOYO KOTA MALANG**

SKRIPSI



**DISUSUN OLEH :
YOSEF GAWO MATA
2018120092**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADDEWI
MALANG
2022**

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP PENDAPATAN PENJUALAN AYAM POTONG DI PASAR DINOYO KOTA MALANG

Yosef Gawo Mata¹, Budi Prihatminingtyas², Muhammad Fauzy Emqy³
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang
E-mail : yosefgawomata@gmail.com

ABSTRAK

Untuk mendukung penghasilan pedagang ayam, harga, kualitas produk, kualitas layanan, dan promosi semuanya memainkan peran penting dalam mempengaruhi pilihan konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui secara parsial dan bersamaan pengaruh penetapan harga, mutu produk, kualitas pelayanan, dan promosi terhadap pendapatan penjualan ayam broiler di Pasar Dinoyo Kota Malang. Penelitian yang dilakukan merupakan penelitian dengan menggunakan metode kuantitatif. Penentuan sampel penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* sehingga didapatkan sampel sebanyak 30 responden. Teknik pengumpulan data yang dihasilkan oleh peneliti adalah kuesioner. Metode analisa data yang digunakan yaitu regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS 26. Hasil penelitian membuktikan bahwa harga berdampak signifikan terhadap penghasilan pemasaran dengan nilai $t_{hitung} = 6,931$, mutu produk berdampak signifikan terhadap penghasilan dengan nilai $t_{hitung} = 6,019$, kualitas pelayanan berdampak signifikan terhadap pendapatan dengan nilai $t_{hitung} = 4,444$ dan promosi berpengaruh signifikan terhadap penghasilan pemasaran dengan nilai $t_{hitung} = 4,207$. Harga, kualitas produk, pelayanan, dan pemasaran semuanya bekerja sama untuk berdampak secara signifikan penjualan ayam broiler di Pasar Dinoyo Kota Malang, dengan $F_{hitung} (4,773)$ atau pengaruh besar 73,4%. Penjualan produk dengan harga bersaing, menjaga kualitas produk, memberikan pelayanan terbaik, dan penyebaran informasi tentang keunggulan produk kepada pelanggan melalui promosi merupakan tindakan yang harus dilakukan penjual ayam broiler dalam rangka meningkatkan pendapatan. .

Kata Kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Pendapatan, Promosi.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kemajuan usaha budidaya ayam broiler di Indonesia yang menuju ke arah bisnis, hal ini harus terlihat dari kerangka peningkatan yang semakin hari semakin berkembang dan didorong oleh permintaan publik yang kuantitatif dan arbitrer terhadap protein hewani (daging). Tubuh manusia membutuhkan protein hewani, yang dapat ditemukan dalam daging. Situasi saat ini adalah hasil dari efek menguntungkan dari peningkatan pendapatan dan pendidikan individu, yang telah meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang produk bergizi tinggi dan meningkatkan jumlah konsumen yang membelinya. (Ratnasari et al, 2015).

Salah satu jenis ternak yang mampu memberikan hasil produksi yang besar adalah ayam broiler atau biasa disebut ayam pedaging atau broiler di masyarakat. Hal ini dikarenakan ayam pedaging memiliki tingkat pertumbuhan yang cepat, yang memungkinkan untuk pencapaian hasil dengan cepat. dari kualitas daging. Konsumen saat ini secara keseluruhan lebih menyukai barang yang terjangkau dengan kualitas yang tinggi, sehingga dalam lingkungan persaingan yang ketat, pedagang ayam pedaging harus mampu memahami dan mengetahui apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen, serta berinovasi mengembangkan positioning produk yang baik dan memanfaatkannya. keuntungan dari barang yang ditawarkan. Kegagalan dalam pemasaran dan penjualan akan mengakibatkan pelaku usaha tidak memahami kebutuhan, keinginan, selera, dan proses pendapatan penjualan pelanggan. (Astuti, 2020).

Menurut Prihatminingtyas dan Setyowat (2018) Pasar terdiri dari semua orang yang mungkin membeli dan menjual barang tertentu di sana. Pasar tradisional biasanya mengakomodasi penjual yang beragam dan tidak memiliki perangkat teknologi modern untuk pengelolaannya. Kualitas produk, harga, promosi, citra merek, kualitas layanan, dan aspek lainnya semuanya berdampak pada pendapatan penjualan

konsumen. Kualitas produk, harga, dan promosi merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan penjualan pada pra survey yang peneliti lakukan. Sejauh nilai, itu juga penting dalam menciptakan pendapatan penjualan karena ketika perusahaan menetapkan biaya, biaya dapat menghasilkan tingkat bunga yang berbeda untuk produk (Emqi, 2020). Ketika dilihat kasus yang dapat diamati di masyarakat, harga dan permintaan biasanya memiliki dampak yang signifikan. Ketika harga lebih tinggi, permintaan lebih rendah, dan ketika harga lebih rendah, permintaan lebih tinggi. Fenomena penjual ayam potong di pasar dinoyo kota malang diketahui juga bahwa salah satu faktor yang mendorong mereka untuk menjual ayam potong adalah untuk mendukung kebutuhan ekonomi dalam keluarga, seperti biaya sekolah anak, kebutuhan makan minum sehari-hari, dan kebutuhan lainnya

Menurut Harahap (2015), bisnis sangat perlu memperhatikan penetapan harga yang tepat agar pelanggan juga dapat memperoleh keuntungan dari hasil penjualan yang baik. Di pasar kota Dinoyo, konsumen dapat dipengaruhi untuk mengambil hasil penjualan suatu produk jika harga yang ditetapkan terlalu rendah atau terlalu tinggi terhadap kualitas produk. Sebaliknya, ketika harga ditetapkan terlalu rendah atau terlalu tinggi untuk kualitas produk, konsumen dapat dipengaruhi untuk mengambil hasil penjualan suatu produk. miskin.

Keberadaan manusia tidak dapat dipisahkan dari tindakan moneter. Dalam lingkungan keuangan, tujuan definitif yang dicapai orang adalah kepuasan kebutuhan hidup, dan secara bersamaan mencapai kemakmuran dan kegembiraan. Kehidupan yang sejahtera dan ceria sulit dicapai tanpa kecukupan uang. Sebagai aturan umum, saat ini pelanggan lebih menyukai produk yang sederhana namun memiliki kualitas produk yang baik, sehingga dalam keadaan persaingan yang sangat tinggi, perusahaan harus dapat memahami dan mengetahui keinginan dan kebutuhan pembeli dan berkembang untuk membuat produk yang baik. Menempatkan dan mengeksploitasi manfaat dari barang yang ditawarkan. Perusahaan yang lalai memahami kebutuhan pembeli, kebutuhan, selera, dan siklus pendapatan penawaran akan menghadapi kekecewaan dalam penjualan dan penawaran (Astuti, 2020).

Menurut Prihatminingtyas (2015) perusahaan yang ingin menguasai pasar dan memenangkan persaingan harus menggunakan strategi periklanan yang tepat. Salah satu tugas utama yang dilakukan para visioner bisnis dalam upaya mereka untuk mematuhi prosedur perusahaan mereka, memproduksi, dan menghasilkan keuntungan sebanyak mungkin adalah penguasaan pasar. Tantangan yang harus diatasi oleh suatu industri untuk memenangkan persaingan adalah berupaya memperoleh dan mempertahankan pelanggan. Untuk menarik klien untuk membeli suatu barang atau produk, tata letak bisnis harus memahami apa yang menjadi tuntutan dan keinginan pelanggan untuk hal-hal yang dihasilkannya, termasuk harga yang wajar, kualitas tinggi, dan kemajuan yang luar biasa dan optimal.

Sebelum menetapkan harga ada juga hal yang harus diperhatikan dalam menentukan harga dimana harga yang ditetapkan harus sesuai dengan sifat barang karena kualitas barang juga memegang peranan penting dalam suatu barang. Kualitas barang adalah kemampuan suatu barang untuk melakukan kemampuannya termasuk kekokohan, ketergantungan dan kelengkapan barang. Menurut Emqi (2018) menyatakan bahwa produk yang mahal adalah produk yang terbaik, pembeli akan membeli suatu barang jika dirasa cocok maka barang tersebut harus disesuaikan dengan keinginannya. Dengan tujuan agar pembeli memutuskan pilihan pembelian dengan alasan nilai barang tersebut memiliki nilai lebih dibandingkan barang lainnya.

Variabel lain yang mempengaruhi pendapatan transaksi adalah Kualitas Administrasi. Kualitas administrasi (SERVQUAL) adalah sejauh mana kapasitas industri memberikan semua yang dibutuhkan dari pembeli untuk mengatasi masalah mereka. Bantuan ini direncanakan untuk bekerja dengan akuisisi produk oleh pembeli di toko. Variabel ini signifikan dalam proses pendapatan transaksi karena administrasi loyalitas konsumen mempengaruhi pembelian ulang dengan tujuan peningkatan transaksi. Kualitas administrasi adalah perhatian utama klien sementara hanya memutuskan. Bantuan berkualitas mendesak klien untuk menjalin hubungan yang nyaman dengan perusahaan. Kualitas pelayanan bisa ditentukan

melalui perbandingan persepsi para pelanggan pada layanan yang sebenarnya ia terima dengan layanan yang sebenarnya ia harapkan dengan memperhatikan atribut pelayanan perusahaan. Bila layanan yang mereka terima berdasarkan harapan, maka kualitas pelayanan dinilai memuaskan dan baik. Sebaliknya, bila layanan yang mereka peroleh lebih rendah dari yang diharapkan, maka kualitas layanan dianggap buruk.

Kemajuan suatu bisnis tidak dapat sepenuhnya ditentukan oleh tindakan yang dikerjakan oleh perusahaan dalam memamerkan barang-barangnya, banyak perusahaan menyelesaikan kegiatan awal dalam memamerkan barang-barang mereka dengan mempromosikan barang-barang mereka terlebih dahulu dengan biaya rendah tetapi tidak sampai perusahaan mengalami kerugian ketika perusahaan tersebut bangkrut. Pandai dalam mempromosikan produk perhatikan kondisi barang dan waktu yang terbatas dilakukan oleh industri merupakan sistem perusahaan dalam mengenalkan barang-barangnya dengan seluruh wilayah setempat. kegiatan mempromosikan barang atau produk yang dilakukan oleh perusahaan ini juga dapat mempengaruhi pembeli untuk mengambil pendapatan penjualan karena waktu kegiatan promosi terbatas suatu kegiatan dalam mempresentasikan barang, sehingga pembeli memiliki kesempatan berharga untuk melihat lebih jelas dan memiliki peranan keakraban dengan barang-barang ini, jadi kemajuan juga berperan dalam mempengaruhi pembeli dalam mengambil uang transaksi.

Menurut Muhammad (2019) Keputusan yang diambil mengenai hasil penjualan bukan hanya keputusan yang langsung dibuat menjadi keputusan; sebaliknya, sebelum membuat keputusan, banyak pelanggan telah memikirkannya, yang menimbulkan banyak pertanyaan. Banyak langkah yang diambil untuk mengetahui pendapatan penjualan, dan diagram berikut menggambarkan proses pengambilan keputusan cara perusahaan memperkenalkan produknya, sehingga cara perusahaan memperkenalkan barang atau produknya dapat dilihat dalam menentukan apakah atau tidak produk perusahaan dibeli. Namun, jika barang atau produk tersebut berupa alat komunikasi seperti smartphone, juga dapat dilihat dalam mengambil pendapatan penjualan dari keadaan tersebut.

Berdasarkan uraian fenomena di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Pendapatan penjualan Ayam Potong Di Pasar Dinoyo Kota Malang”.

1.2. Rumusan Masalah

Apakah pengaruh harga, kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi terhadap pendapatan penjualan ayam potong di pasar dinoyo kota Malang?

1. Apakah biaya berdampak terhadap penjualan ayam broiler di pasar Dinoyo Malang?
2. Apakah pendapatan penjualan ayam broiler pasar Dinoyo Malang bergantung pada kualitas produk?
3. Apakah pendapatan penjualan ayam broiler pasar Dinoyo Malang bergantung pada kualitas pelayanan?
4. Apakah promosi tersebut berdampak pada jumlah ayam broiler yang dijual di Pasar Dinoyo Malang?
5. Apakah pendapatan penjualan ayam broiler pasar Dinoyo Malang bergantung pada harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan promosi?

1.3. Tujuan Penelitian

Mengetahui pengaruh harga, kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi terhadap pendapatan penjualan ayam potong di pasar dinoyo kota Malang?

1. Untuk mengetahui bagaimana pendapatan penjualan ayam di pasar dinoyo Malang dipengaruhi oleh penetapan harga.
2. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap pendapatan penjualan ayam broiler di pasar dinoyo Malang.

3. Untuk mengetahui dampak kualitas pelayanan terhadap pendapatan penjualan ayam broiler Pasar Dinoyo Malang.
4. Untuk mengetahui permasalahan pemasaran terhadap pendapatan penjualan ayam broiler di Pasar Dinoyo Malang.
5. Untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan pemasaran terhadap pendapatan penjualan ayam broiler Pasar Dinoyo Malang

1.4 Manfaat Penelitian

Apa manfaat dari pengaruh harga, kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi terhadap pendapatan penjualan ayam potong di pasar dinoyo kota Malang?

1. Manfaat Teoritis

Bagi pedagang ayam potong di dinoyo kota malang Penelitian ini diharapkan menjadi salah satu acuan terkait harga,kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan atau informasi untuk pedagang ayam tentang hal-hal yang perlu dilakukan untuk kesuksesan dalam berdagang ayam potong.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, F. Y. (2020). *Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Pendapatan penjualan Di Kopi Janji Jiwa Yogyakarta* (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Yogyakarta).
- Besrianto, B., Sasongko, T., & Emqi, M. F. (2020). *Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Lokasi & Motivasi Konsumen Pada Keputusan Memilih Oleh Member Fitnes Center (Studi Pada Momon Gym Tlogo Mas Kota Malang* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tunggaladewi).
- Emqi, M. F. (2018). Pengaruh Drama Korea Dengan Rasa Syukur Dan Kepercayaan Diri. *Titian: Jurnal Ilmu Humaniora*, 2(1), 116-124.
- Harahap, D. A. (2015). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan penjualan konsumen di Pajak USU (PAJUS) Medan. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 7(3), 227-242.
- Muhammad, B. I. (2019). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Suasana Toko Terhadap Pendapatan penjualan Tidak Terencana Pada Samudra Supermarket Madiun* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo).
- Notoatmodjo. 2012. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Rineka Cipta : Jakarta.
- Notoatmodjo. 2012. Pengertian Pengetahuan Menurut Notoatmodjo. (internet). <https://www.trendilmu.com/2015/08/pengertian.pengertian.dan.tingkatan.pengertian.html> diakses 28 Juli 2021.
- Prihatminingtyas, B. (2015). Meningkatkan Daya Saing Dalam Mendorong Pengembangan Produk Berbasis Kerakyatan Menuju Good Local Industry-Prosiding.
- Prihatminingtyas, B., & Setyowati, P. B. (2018, October). Pengembangan pasar tradisional di kota malang. In *Conference on Innovation and Application of Science and Technology (CIASTECH)* (Vol. 1, No. 1, pp. 101-109).
- Ridha, N. (2017). Proses penelitian, masalah, variabel dan paradigma penelitian. *Hikmah*, 14(1), 62-70.
- Saputra, W. (2019). *Pengaruh Latihan Drill shooting 5 posisi Terhadap keterampilan free throw shooting bola basket peserta ekstrakurikuler putra smpn 30 muaro jambi* (Doctoral dissertation, universitas Jambi).
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar metodologi penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Menurut Sugiyono (2013)*. Alfabeta : Bandung.

Wijayanti, H., & Srihandayani, C. M. (2015). Pengaruh Lokasi, Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Pendapatan penjualan Rumah Surodinawan Grandsite Pada PT. Dwi Mulya Jaya Mojokerto. *Majalah Ekonomi*, 20(1 Juli), 107-107.

Yanthiani, L. (2019). Pengaruh non performing financing (NPF) dan financing to deposit ration (FDR) terhadap return on assets (ROA) di pt. bank jabar banten syariah kantor pusat. *Jurnal Akuntansi Bisnis dan Ekonomi*, 5(1), 1293-1304.