

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI DALAM MENINGKATKAN  
VOLUME PENJUALAN PADA *REZZEN CAKE BAKERY* MERJOSARI KOTA  
MALANG**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen



OLEH :  
KLOTILDA VEPING  
2020120007

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADDEWI  
2024**

# **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA *REZZEN CAKE BAKERY* MERJOSARI KOTA MALANG**

Klotilda Veping<sup>(1)</sup>, Dr. Elly Lestari, SE, MSM.<sup>(2)</sup>, Muhammad Fauzy Emqi, S, Pd, I., M. Pd. I.<sup>(3)</sup>  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tunggaladewi  
Malang 2024  
Email: klotildaveping29@gmail.com

## **RINGKASAN**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kualitas produk dan pemasaran berkontribusi terhadap peningkatan volume penjualan pada *Rezzen Cake Bakery* Merjosari di Kota Malang. jenis pembelajaran yang menggunakan angka. Terdapat 200 konsumen yang membeli barang dari UKM *Rezzen Cake Bakery* pada bulan Oktober 2023; 134 di antaranya dijadikan sampel. Kuesioner digunakan dalam instrumen. Analisis regresi linier berganda digunakan dalam analisis data, dan uji t dan F digunakan dalam pengujian hipotesis. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,518 pada temuan dasar regresi linier, menunjukkan koefisien regresi positif dan besarnya kontribusi pengaruh kedua variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 51,8%. Uji t menghasilkan  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  dan signifikansi  $t \leq 0,05$ . Secara spesifik variabel promosi mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,002, sedangkan variabel kualitas produk mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,000. Uji F menghasilkan  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$  ( $20,716 \geq 3,065$ ) dengan p-value kurang dari 0,05 dan nilai signifikansi 0,000. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa baik secara parsial maupun bersamaan, kualitas produk dan periklanan mempunyai pengaruh yang besar terhadap volume penjualan *Rezzen Cake Bakery* Merjosari Kota Malang. *Rezzen Cake Bakery* Merjosari Kota Malang harus memperkuat pemasaran dan penawaran produknya sekaligus membina hubungan positif dengan seluruh pemangku kepentingan terkait. Peneliti masa depan perlu mengumpulkan sampel yang lebih besar, menggunakan teknik penelitian yang lebih canggih, dan memasukkan faktor-faktor tambahan.

***Kata Kunci: Kualitas Produk, Promosi, Volume Penjualan.***

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Usaha kecil dan menengah (UKM) di Indonesia kini berkembang pesat dan menggerakkan perekonomian daerah baik di industri industri maupun jasa. Perusahaan memerlukan rencana pemasaran agar dapat bersaing. Menurut Kotler dan Keller (2015), salah satu metode pemasaran tersebut adalah bauran pemasaran, yang menggabungkan empat elemen: produk, penetapan harga, promosi, dan distribusi.

memiliki banyak pesaing di industri makanan. Untuk bertahan dalam bisnis, perusahaan dapat terus meningkatkan kualitas penawaran mereka. Kualitas produk adalah salah satu elemen utama yang mempengaruhi volume penjualan. Standardisasi mutu diperlukan untuk menjamin produk yang dihasilkan memenuhi standar yang telah ditetapkan dan menjaga kepercayaan konsumen terhadap produk yang bersangkutan. Hal ini diperlukan untuk mencapai tingkat kualitas produk yang diinginkan (Susetiyo, Afifuddin & Ayu, 2016). Kualitas baik dan buruk suatu produk berhubungan langsung dengan kualitasnya. Fokus utama perusahaan adalah kualitas produk. Untuk meningkatkan daya saing produk, kualitas merupakan strategi krusial yang harus memuaskan pelanggan lebih dari atau sama dengan kualitas produk dari pesaing (Marbun, Yona & Ariyati, 2016)

Salah satu atribut ciptaan yang akan muncul sebagai hasil dari tingkat tampilan, kendali, dan dukungan adalah tingkat nilai, yang akan memungkinkan pembeli untuk menggunakan karya tersebut secara maksimal. (Lestary Elly, 2021).

Menggunakan aktivitas promosi untuk menginformasikan konsumen tentang barang dan harga juga penting. Tujuan promosi menurut Fandy Tjiptono (2018:220). menyebarkan pengetahuan guna membujuk orang agar membeli sesuatu atau menarik pelanggan (komunikasi persuasif); untuk mendorong khalayak agar membeli sesuatu lagi (mengingatkan komunikasi). Dengan menggunakan upaya promosi, perusahaan dapat meningkatkan jumlah pembeli dengan mendidik konsumen tentang kualitas dan fitur produk yang lebih baik. Penjualan akan meningkat sebanding dengan kuantitas pembeli (Sumitro & Soekotjo, 2019). Sebagaimana dikemukakan dalam jurnal Kotler dan Keller (2016:47) (Nurhayati, & Priatna, 2023). Promosi adalah proses menunjukkan keunggulan suatu produk dan meyakinkan calon pembeli untuk membelinya. Publisitas, promosi penjualan, penjualan pribadi, dan periklanan semuanya termasuk dalam promosi. Hal ini bertujuan dengan konsisten mengadakan acara-acara promosi maka jumlah pelanggan akan meningkat dan volume penjualan pun akan meningkat. Menurut Wisesa dkk. (2014), salah satu strategi untuk mencapai keuntungan maksimal adalah dengan memantau volume penjualan dan memperkirakan biaya operasional yang akan dihadapi bisnis. Kotler (2014) menyatakan dalam jurnal (Nadya & Nirawati, 2020) bahwa volume penjualan adalah jumlah barang yang terjual dengan sejumlah uang tertentu selama jangka waktu yang telah ditentukan, termasuk rencana layanan yang dipikirkan dengan matang.

Di era globalisasi yang semakin kompleks saat ini, pemberdayaan UKM tentunya menuntut setiap pelaku UKM untuk mampu menangani permasalahan dalam skala global, seperti peningkatan kualitas barang. Mungkin saja setiap individu sangat bervariasi dan istimewa. Namun kita dapat memperoleh manfaat dari variasi dan individualitas ini, yang memicu kreativitas kita dan membantu kita berkembang sepanjang kehidupan sehari-hari. Muhammad Fauzy (2021).

Alamat UKM *Rezzen Cake Bakery* adalah Merjosari Jl. Mertojoyo Blok. Pada tahun 2012, *Rezzen Cake Bakery* didirikan dengan menyajikan roti gulung dan donat. Produk terbaik yang tersedia saat ini adalah lapis panggang, yang berisi berbagai jenis lapisan di tempat berbeda tetapi saat ini belum ada lapisan yang dipanggang. UKM *Rezzen Cake Bakery* telah memiliki sertifikat halal MUI tahun 2019 dengan nomor registrasi 0720063150919. Ini menyatakan kehalalan barangnya. Untuk UKM produk lapis panggang ini, Surabaya, Probolinggo, dan Jawa Tengah dijadikan sebagai wilayah pemasarannya. Pelajar, warga sekitar, anggota keluarga, dan klien yang menikmati kue *Rezzen Bakery* menjadi target pasar perusahaan dagang ini. Secara khusus saluran pemasaran langsung dan tidak langsung antara lain Wa, Facebook, Instagram, internet, dan Tiktok digunakan untuk mempromosikan produk *Rezzen Cake Bakery*.

Merujuk pada konteks yang telah dijelaskan sebelumnya, peneliti melakukan penelitian dengan judul “ **Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan *Rezzen Cake Bakery* Merjosari Kota Malang.**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh kualitas produk dalam meningkatkan volume penjualan pada *Rezzen Cake Bakery* Merjosari Kota Malang ?
2. Apakah ada pengaruh promosi dalam meningkatkan volume penjualan *Rezzen Cake Bakery* Merjosari Kota Malang ?
3. Apakah kualitas produk dan promosi berpengaruh dalam meningkatkan volume penjualan pada *Rezzen Cake Bakery* Merjosari Kota Malang ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah maka tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Mengidentifikasi pengaruh kualitas produk dalam meningkatkan volume penjualan pada *Rezzen Cake Bakery* Merjosari Kota Malang.
2. Mengidentifikasi pengaruh promosi dalam meningkatkan volume penjualan pada *Rezzen Cake Bakery* Merjosari Kota Malang.
3. Untuk Mengidentifikasi pengaruh kualitas produk dan promosi dalam meningkatkan volume penjualan pada *Rezzen Cake Bakery* Merjosari Kota Malang.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Selanjutnya penulis akan menguraikan apa yang menjadi kegunaan penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

#### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan mampu menerapkan ilmu yang diperoleh peneliti selama perkuliahan dan melatih dalam menganalisa masalah yang ada di lapangan, serta menemukan penyelesaiannya. Selain itu diharapkan penelitian ini mampu meningkatkan pengetahuan dan pemahaman tentang pengaruh kualitas produk dan promosi yang dapat mempengaruhi volume penjualan pada rumah makan ayam sejagat dan untuk berikutnya penelitian ini dapat dimanfaatkan dalam pengetahuan tambahan dalam bisnis atau pelaku usaha.

#### **2. Manfaat Akademis**

Penelitian ini diharapkan bisa mengupayakan dalam peningkatan volume penjualan melalui kualitas produk dan promosi .Penelitian ini juga diharapkan bisa menjadi referensi

dan juga sebagai kajian mengenai Pengaruh kualitas produk dan promosi dalam meningkatkan volume penjualan.

### 3. Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat membantu pemahaman tentang pengaruh kualitas produk dan promosi yang sangat berpengaruh terhadap volume penjualan, di mana akan memberikan manfaat untuk pelaku usaha dalam mempertimbangkan untuk menyelesaikan masalah dalam usaha.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ariyanti, & Wurya Ningsih, (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Pelanggan Pizza Hut Disolo.
- Arikunto, Suharsimi. (2003). Manajemen Penelitian. Edisi Baru. Jakarta :Rineka Cipta.
- Assauri, Sofjan. (2017). Manajemen Pemasaran. Jakarta : Rajawali Pers.
- Efrianti, Syahrani, & Susiladewi (2019) Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Volume Penjualan Toko Wafa Snack.
- Ferdiansa (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan dan Suasana Toko Terhadap Volume Penjualan di tobi's *fried chicken* Kabupaten Sumenep.
- Gerung, C., Sepang, J., & Loindong, S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail Pada Pt. Wahana Wirawan Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, Volume 5(2), 2221–2229.
- Grandhis N.(2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Sambal Gami Awang Long Khas Bontang di Samarinda.
- K Umam, MF E mqi, E Lestari ( 2021) Analisis strategi Pemasaran dalam upaya meningkatkan penjualan produk Tas pada CV. Seira Leather Bag Indonesia di Tanggulangin Sidoarjo.
- Kasairo, SR Novitawati, RAD Emqi, MF (2023) Analisis pengaruh kualitas produk, harga, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembeli.
- Kotler ,P & Keller (2015) .Marketing Management. Jerman: Pearson.
- Kotler Philip dan Kevin L. Keller.(2016). Manajemen Pemasaran Edisi 15. Global Edition. Pearson Prentice Hall.
- Marbun, M., Yona, M., & Ariyati, Y. (2016). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Volume Penjualan Pada PT Cipta Group Kota Batam (Studi Kasus Pada Perumahan Buana Bukit Permata di Batam). *BENING*, 3(2). Vol 3, No 2 (2016)
- Magdalena, L.(2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada Pabrik Roti Dua Cakra
- Mokalu, F. O., & Tumbel, A. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Distribusi Terhadap Volume Penjualan Roti Jordan CV. Minahasa Mantap Perkasa. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1).
- Nadya ,M., Soewarno & Nirawati (2020) Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada UMKM Griya Manik Di Desa Plumbon Jombang.

- Novitasari, D. (2021). Upaya Peningkatan Volume Penjualan di Masa Pandemi Covid-19 melalui Optimalisasi Promosi, Harga, dan Saluran Distribusi pada Pusat Oleh-oleh Gudange Tahu Takwa. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan*
- Nurchahyo, F., & Wahyuati, A. (2016). Pengaruh bauran pemasaran terhadap volume penjualan pada restoran McDonald's Delta Plaza Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(4).
- Nurhayati, L., Lasminingrat, A., Yulianti, M. L., & Priatna, D. K. (2023). Pengaruh Promosi terhadap Penjualan UMKM S3Shop di Kecamatan Conggeang Jawa Barat. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital*.
- Prajati, G. (2013). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Pembelian Sabun Wajah Merek Pond's White Beauty (Studi Kasus Pada Mahasiswi Administrasi Bisnis Polstri). *Palembang: Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Sriwijaya*.
- Rahayu, A. S. (2018). Pengaruh Biaya Iklan dan Biaya Promosi terhadap Volume Penjualan Mobil Avanza pada PT. Hadji Kalla Cabang Alauddin di Kota Makassar (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Makassar).
- Simangunsong & Sinaga (2022) Pengaruh Produk,Harga,Promosi dan Lokasi Terhadap Volume Penjualan Kue Tart Di Clover *Bakeshoppe* Gatot Subroto Medan
- Sugiyono (2016) .Metode Penelitian Bandung Alfabeta
- Sujudi, L. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Volume Penjualan Warung Six di Pekanbaru (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU).
- Susetiyo, Afifuddin & Ayu (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Penjualan Karet Di Pt. Perkebunan Nusantara Iii (Persero)
- Sumitro, Y., Helmy, B. J., & Soekotjo, W. (2019). Analisis Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Volume Penjualan Kondominium di Kawasan Kota Surabaya. *Majalah Ekonomi*, 24(1), 35-48.
- Tjiptono,Fandy.(2018).Strategi Pemasaran. Cetakan Kedua.  
Yogyakarta: Penerbit Andi.---20018, *Strategi Pemasaran*, EdisiKetiga, CV Andi Offset, Yogyakarta.
- Veronika, J. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Tempe Di Kota Batam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis Triangle*, 1(2), 210-223.
- Widiawati, L., Munir, A. S., & Kusumaningtyas, D. Y. P. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi dalam Meningkatkan Volume Penjualan Mi Lidi (Studi di UD NNR Jaya Desa

Sumuragung, Kecamatan Baureno, Kabupaten Bojonegoro). *Al-Muzdahir: Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(2), 130-141.

Widiarto & Hardiana (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Distribusi Terhadap Volume Penjualan Roti ARB *Bakery* .

Wisasa, I. W. B., Zukhri, A., & Suwena, K. R. (2014). Pengaruh Volume Penjualan Mentega dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada UD. Agung Esha Karangasem Tahun 2013.

Wulandari, N., & Mudiantono, M. (2013). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Kopikita Semarang)