

Klotilda Veping

by UNITRI Press

Submission date: 12-May-2024 09:19PM (UTC-0500)

Submission ID: 2313819970

File name: Klotilda_Veping.docx (90.12K)

Word count: 1129

Character count: 7457

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

SKRIPSI



OLEH :
KLOTILDA VEPING
2020120007

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

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.*

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 (Susetiyono, 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) ¹³ bahwa volume penjualan adalah jumlah ¹² 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, peneliti⁴ melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan *Rezzen Cake Bakery* Merjosari Kota Malang.**”³

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 ¹⁴ Pengaruh kualitas produk dan promosi dalam meningkatkan volume penjualan.

¹ 3. Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat membantu pemahaman tentang pengaruh kualitas produk dan promosi ¹ yang sangat berpengaruh terhadap volume penjualan, di mana akan memberikan manfaat untuk pelaku usaha dalam mempertimbangkan untuk menyelesaikan masalah dalam usaha.

Klotilda Veping

ORIGINALITY REPORT

27%

SIMILARITY INDEX

26%

INTERNET SOURCES

6%

PUBLICATIONS

6%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	rinjani.unitri.ac.id Internet Source	12%
2	medium.com Internet Source	3%
3	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	2%
4	123dok.com Internet Source	2%
5	docplayer.info Internet Source	1%
6	repositori.unsil.ac.id Internet Source	1%
7	repository.upbatam.ac.id Internet Source	1%
8	jurnal.um-palembang.ac.id Internet Source	1%
9	Febila Kusuma Wardhani, Renny Dwijayanti. "Pengaruh Store Atmosphere dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan: Studi	1%

Pada Pelanggan Coffee Shop Rustic Market Surabaya", Jurnal Sains Sosio Humaniora, 2021

Publication

10 johannessimatupang.wordpress.com 1 %
Internet Source

11 uia.e-journal.id 1 %
Internet Source

12 eprints.walisongo.ac.id 1 %
Internet Source

13 id.123dok.com 1 %
Internet Source

14 Titi Hasanah. "Volume Penjualan Berdasarkan Kualitas Produk, Promosi dan Saluran Distribusi", Journal of Management and Bussines (JOMB), 2020 1 %
Publication

15 Adilla Juita Siska, Evan Jonea. "Analisa Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kartu Tri", JUSIE (Jurnal Sosial dan Ilmu Ekonomi), 2020 1 %
Publication

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On

Klotilda Veping

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7
