

# **DAMPAK KUALITAS PELAYANAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA UMKM ROTI CAP IGOY di MARABAHAN**

**Astia Rachmayanti<sup>1</sup>, Dwi Wahyu Artiningsih<sup>2</sup>, Abdurrahim<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari  
Banjarmasin, NPM19.31.1388

<sup>2</sup>Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari  
Banjarmasin, NIDN1119056501

<sup>3</sup>Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari  
Banjarmasin, NIDN1105088902

**Email : [rachmayantiastia@gmail.com](mailto:rachmayantiastia@gmail.com)**

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak kualitas pelayanan terhadap meningkatnya Volume Penjualan serta Kualitas Pelayanan seperti apakah yang mampu meningkatkan volume penjualan.

Rancangan penelitian ini adalah bersifat deskriptif dengan, Tipe penelitian deskriptif merupakan tipe penelitian yang berusaha untuk menggambarkan dan melukiskan objek dengan apa adanya sesuai dengan realitas yang ada. Hal ini digunakan agar dapat memahami suatu fenomena tersebut Yaitu teknik penentuan sampel dengan memilih orang yang benar-benar mengetahui atau memiliki kompetensi dengan topik penelitian yang kita lakukan instrument penelitian menggunakan kuisioner, dengan pemilihan responden secara acak yang berjumlah 33 orang. Adapun teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah dengan menggunakan teknik *Quota Sampel*, dimana pengambilan sampel didasarkan pada jumlah yang sudah ditentukan. Pengambilan sampel ini didasarkan pada subjek yang mudah ditemui, sehingga pengumpulan datanya mudah dan jumlah *quotum* yang ditetapkan akan terpenuhi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan memiliki dampak yang signifikan terhadap Volume Penjualan dimana berdasarkan hasil analisis secara keseluruhan, Kualitas Pelayanan memegang peranan yang sangat penting dalam rangka meningkatkan volume penjualan.

**Kata Kunci : Dampak, Kualitas Pelayanan, Volume Penjualan, UMKM Roti Cap IGOY Marabahan.**

## ABSTRACT

*This Study aims to determine the impact of service quality on increasing sales volume and what kind of service quality can increase sales volume.*

*The design of this research is descriptive in nature. Descriptive research type is a type of research that seeks to describe and describe objects as they are in accordance with the existing reality. This is used in order to be able to understand a phenomenon, namely the technique of determining the sample by choosing people who really know or have competence with the research topic that we do research instrument using questionnaires, with a random selection of respondents totaling 33 people. The technique used in sampling is to use the Quota Sample technique, where sampling is based on easy-to-find subjects, so that data collection is easy and the number of quotas set will be met.*

*The result showed that Service Quality has a significant impact on sales Volume where based on the overall analysis results, Service Quality plays a very important role in order to increase sales volume.*

**KEYWORDS :** *Impact, Service Quality, Sales Volume, UMKM Roti Cap IGOY Marabahan*

## DAFTAR PUSTAKA

Andi Rezki Ananda Petro ,(2019), *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Nasabah KUR Mikro BRI Unit Kec.Rungkut, Surabaya Timur, Jurnal Ilmu Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya*

Chabib Bahari, Entis Tissaeni (2016), *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Penjualan Ikan Air Tawar PD .Sarakan Domas, Subang Jawa Barat, Fakultas Ekonomi, Universitas Gresik.*

Devita Widya Ariyanti, (2014), *Pengaruh Kualitas pelayanan, Harga, dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Pelanggan Pizza HUT Di Solo, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Surakarta*

Donni Juni Priansa (2017, *“Komunikasi Pemasaran Terpadu Era Media Sosial”* CV.Pustaka Setia, Bandung

Garvin, David, A., 1994., *Strategi Pemasaran*, Alih Bahasa: Fandy Tjiptono (2016), Yogyakarta.

Kasmir (2017), *“Customer Service Excellent”* PT Raja Grafindo Persada, Depok

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller (2016), "*Marketing Management, 15 Edition*" inc, Pearson Education

Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2012. *Principles of Marketing. New Jersey: Prentice Hall.*

Lukman Sujudi, (2019), *Pengaruh Promosi Penjualan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Volume Penjualan Warung Six di Pekanbaru*, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Pekanbaru.

Mardo. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa* (Cetakan 1; Sartono, ed.). deepublish, Yogyakarta.

Meithiana Indrasari, (2019), *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Unitomo Press* 60-61

Rangkuti, Freddy. (2009). *Strategi Promosi yang kreatif & Analisis kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama

Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi,

Shinta Tresaeni, (2015), *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kesesuaian Kebutuhan Terhadap Keberhasilan Unit Usaha Toko Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Semarang*, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang.

Sugiyono (2018), "*Metode Penelitian Kuantitatif*" Alfabeta, Bandung

Waralah Cristo, Hikmah Arif, (2009), *Pengertian Tentang Dampak*, Alfabeta, Jakarta-Bandung.

