

The Influence Of Service Quality On Sales Increase At The Maju Teti Store In Gunungsitoli City

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Penjualan Di Toko Maju Teti Kota Gunungsitoli

Otolius Telaumbanua ¹⁾; Idarni Harefa ²⁾; Kurniawan Sarotonafo Zai ³⁾; Heniwati Gulo ⁴⁾
^{1,2,3,4)}Study Program of Management, Faculty of Economic, Universitas Nias

Email: ¹⁾ otoliustelaumbanua0@gmail.com; ²⁾ idarniharefa@gmail.com; ³⁾ kurniawans.zai@unias.ac.id
⁴⁾ henygulo75@gmail.com

ARTICLE HISTORY

Received [10 Juli 2025]
 Revised [13 Agustus 2025]
 Accepted [15 Agustus 2025]

KEYWORDS

Service Quality, And Sales Growth.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap peningkatan penjualan di Toko Maju Teti Kota Gunungsitoli. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jumlah responden sebanyak 62 orang yang berbelanja di Toko Maju Teti Kota Gunungsitoli yang dipilih menggunakan teknik propability sampling menggunakan rumus slovin. Data dikumpulkan dengan metode observasi dan penyebaran angket secara langsung di Toko Maju Teti Kota Gunungsitoli. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan hasil uji parsial (Uji t) diperoleh nilai t hitung sebesar 10,406 dan t tabel sebesar 1,999 yang artinya t hitung lebih besar dari t tabel, serta nilai signifikansinya adalah 0,000 lebih kecil dari 0,05 sehingga ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap peningkatan penjualan di Toko Maju Teti Kota Gunungsitoli. Berdasarkan uji koefisien determinan diperoleh hasil bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh terhadap peningkatan penjualan di Toko Maju Teti Kota Gunungsitoli sebesar 64% dan 36% dipengaruhi oleh faktor lain.

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of service quality on increasing sales at Toko Maju Teti, Gunungsitoli City. The method used in this study is a quantitative method with a total of 62 respondents who shop at Toko Maju Teti, Gunungsitoli City, which was selected using the propability sampling technique using the slovin formula. Data was collected by observation method and distribution of questionnaires directly at Toko Maju Teti, Gunungsitoli City. The results of this study show that based on the results of the partial test (t-test) the t-table value is 10.406 and the t-table is 1.999 which means that t is greater than t table, and the significance value is 0.000 smaller than 0.05 so that it is concluded that the quality of service has an influence on the increase in sales at Toko Maju Teti, Gunungsitoli City. Based on the determinant coefficient test, the results were obtained that the quality of service had an influence on the increase in sales at Toko Maju Teti Kota Gunungsitoli by 64% and 36% was influenced by other factors

PENDAHULUAN

Menurut Juharni (2017) kualitas ialah salah satu cara dalam melakukan suatu pengembangan produk yang bermutu, serta memberikan suatu pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan. Barang/jasa yang di ditawarkan oleh perusahaan harus sesuai dengan keinginan serta kebutuhan kosnumen, maka untuk mewujudkan hal tersebut perlu dilakukan pengendalian kualitas produk agar dapat lebih unggul dalam persaingan bisnis yang terjadi pada saat ini.

Menurut Indrasari (2019) "pelayanan (customer service) yaitu suatu cara yang dilakukan oleh setiap usaha agar konsumen yang berbelanja pada usaha atau bisnis mereka mendapatkan kepuasan atas layanan yang diberikan, sehingga dengan diterapkannya pelayanan yang baik dalam suatu bisnis/usaha, maka kebutuhan serta keinginan para konsumen dapat terpenuhi. Menurut R. A Supriyono (2019) Pelayanan merupakan sebuah langkah yang dilakukan suatu bisnis/usaha dalam meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap bisnis yang sedang mereka jalankan. Dengan melakukan pelayanan yang baik dan benar maka itu dapat menciptakan rasa kenyamanan para konsumen, sehingga konsumen tersebut akan berbelanja kembali pada usaha/bisnis tersebut. Menurut Afthnorhan (2019) kualitas pelayanan adalah kesenjangan diantara persepsi pelanggan dan ekspetasi perusahaan terhadap pelayanan tersebut menggunakan teori konfirmasi dan diskonfirmasi. Secara khusus, pelanggan mengevaluasi kualitas pelayanan dengan membandingkan ekspetasi dan kesan yang diterima sebelum pembelian.

Menurut Sumiyati dan Yatimatun 2021 Penjualan yaitu kegiatan yang dilakukan oleh suatu bisnis/usaha terhadap konsumen mereka agar mendapatkan ganti uang dari pihak tersebut. Penjualan

merupakan sumber dari pendapatan perusahaan, semakin besar penjualan, semakin tinggi juga penghasilan yang akan diterima oleh bisnis/usaha tersebut. Sehingga dapat di ambil kesimpulan dari penjelasan tersebut, bahwa penjualan adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh dua kelompok atau lebih. Penjualan tidak dapat terjadi tanpa adanya pihak lain seperti konsumen yang ikut serta didalamnya.

Kualitas pelayanan merupakan suatu strategi yang harus dimiliki oleh Toko Maju Teti, dalam dunia usaha salah satu yang menjadi faktor penting untuk menunjang keberhasilan suatu bisnis/usaha dan meningkatkan minat beli yang berbelanja di Toko Maju Teti adalah menerapkan pelayanan yang baik serta maksimal terhadap konsumen. Sehingga pelayanan yang baik, cepat, dan tepat secara otomatis akan membuat dampak baik bagi Toko Maju Teti sehingga akan semakin memperoleh keuntungan yang besar.

Peningkatan suatu volume penjualan pada Toko Maju Teti tidak hanya dilihat dari segi ketersediaan stok barangnya, murah nya harga yang ditawarkan, kualitas produk yang diberikan bagus, namun kualitas pelayanan juga menjadi suatu hal yang harus dipertimbangkan oleh Toko Maju Teti. Pelanggan pasti akan merasa puas ketika dia diberikan pelayanan yang baik, cepat, serta responsif oleh karyawan di tempat dia berbelanja. Maka dengan begitu konsumen akan tetap melakukan pembelian di Toko Maju Teti secara berulang dan tidak mau berbelanja di tempat lain.

Toko maju teti adalah sebuah usaha yang bergerak dalam bidang pemasaran produk secara grosir. Dalam menjalankan usahanya tersebut Toko Maju Teti memiliki tugas besar untuk memastikan penjualan mereka dapat terus meningkat. Dalam menjalankan kegiatannya Toko Maju Teti menghadapi banyak sekali tantangan yang kompleks dalam meningkatkan penjualan mereka. Peningkatan volume penjualan memerlukan strategi yang baik dan benar serta harus bisa mengenali kondisi pasar di sekitar usaha yang sedang di jalankan. Berdasarkan pengamatan awal yang telah dilakukan oleh peneliti Toko Maju Teti memiliki beberapa masalah yang signifikan dalam melakukan pelayanan. Kualitas pelayanan yang dilakukan di Toko Maju Teti masih terlihat rendah atau belum maksimal, Keterlambatan dalam penanganan keluhan yang di sampaikan oleh konsumen, dan respon yang kurang ramah saat konsumen menanyakan tempat produk yang sedang di cari. Sehingga kualitas pelayanan yang kurang baik tersebut menjadi bahan pertimbangan bagi para konsumen untuk berbelanja di Toko Maju Teti. Kualitas pelayanan yang buruk tersebut secara otomatis akan berdampak pada penurunan volume penjualan di Toko Maju Teti Kota Gunungsitoli. Selama tiga bulan melakukan observasi di Toko Maju Teti Kota Gunungsitoli penjualan mereka tidak stabil dan tidak terus mengalami peningkatan. Hal ini sesuai dengan data penjualan yang saya dapatkan di Toko Maju Teti Kota Gunungsitoli. Berikut saya lampirkan data penjualan Toko Maju Teti dari bulan januari, februari dan bulan maret 2025 :

Tabel 1 Data Penjualan Toko Maju Teti Kota Gunungsitoli

No	Bulan	Total Penjualan
1	Januari	Rp. 194.865.500
2	Februari	Rp. 211.734.500
3	Maret	Rp. 190. 518.500

Sumber: Toko Maju Teti Kota Gunungsitoli

Dari data penjualan di atas dapat diketahui bahwa pendapatan penjualan di Toko Maju Teti Kota Gunungsitoli memang tidak stabil. Pada Bulan januari 2025 penjualan Di Toko Maju Teti sebesar Rp. 194.865.500, dan pada bulan Februari 2025 penjualan Toko Maju Teti meningkat mencapai Rp. 211.734.500, namun pada bulan Maret 2025 penjualan di Toko Maju Teti menurun dengan hasil penjualan hanya Rp. 190.518.500. Penurunan Penjualan di Toko Maju Teti Kota Gunungsitoli berdasarkan hasil pengamatan dan observasi yang telah penulis lakukan disebabkan oleh salah satu faktor kualitas pelayanan Toko Maju Teti yang semakin menurun. Dimana karyawan tidak memberikan pelayanan yang maksimal dalam membantu konsumen untuk menemukan produk yang sedang dia cari, karyawan Toko Maju Teti masih memiliki sifat yang kurang sabar, lambat, dan ada beberapa yang kurang ramah terhadap konsumen, serta masih kurang mampu memberikan penjelasan ketika konsumen menanyakan fungsi dan kegunaan dari suatu produk. Sehingga masalah pelayanan tersebut memberikan pengaruh terhadap pendapatan penjualan di Toko Maju Teti Kota Gunungsitoli terus menurun.

LANDASAN TEORI

Pengertian Pemasaran

Menurut (Seran et al., 2023) "Pemasaran merupakan aktivitas atau suatu kegiatan yang di dalamnya terjadi jual beli baik produk maupun jasa, dan tidak bisa dilakukan oleh satu individu saja".

Pemasaran ini bertujuan untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan pihak lain, dan menjadi suatu aktivitas penting bagi suatu bisnis/usaha.

Para ahli mengemukakan beberapa penjelasan mengenai pemasaran, berikut beberapa penjelasan serta pengertian tentang pemasaran:

- a. Menurut Armstrong dan Novrianus Dede Bulu (2020) "Mengungkapkan kegiatan memasarkan suatu produk barang/jasa bertujuan untuk meningkatkan pendapatan atau penghasilan suatu bisnis/usaha, serta meningkatkan hubungan yang baik antara produsen dan konsumen".
- b. Sebagaimana dijelaskan oleh Freddy Rangkuti (2018) "Faktor-faktor eksternal seperti budaya, politik, ekonomi, dan pemerintah merupakan suatu faktor yang dapat mempengaruhi kegiatan pemasaran". Dari faktor tersebut membuat produsen dan konsumen dalam menjual dan membeli produk barang/jasa mereka harus benar-benar mengutamakan fungsi dan sesuai dengan kebutuhan mereka.

Menurut Mokhtar Sayyid (2020) "Salah satu cara yang dilakukan oleh setiap usaha dalam memasarkan produk barang/jasa yaitu dengan melakukan beberapa strategi pemasaran yang telah mereka rancang, tujuannya agar pendapatan dari penjualan produk barang/jasa mereka mengalami peningkatan yang tinggi". Menurut Mardia (2021) "Target penting yang harus di capai oleh sebuah usaha yaitu memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya dari hasil penjualan produk barang/jasa yang mereka jual". Empat jenis strategi pemasaran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Penjual menggunakan strategi pemasaran yang dikenal sebagai penjualan langsung untuk menjual barang dan jasa kepada pelanggan secara langsung.
2. Earned media penjualan ini dilakukan secara tidak langsung bertatap muka dengan konsumen, karena penjualan ini memanfaatkan media sosial untuk membangun kepercayaan konsumen mereka melalui promosi lewat social media.
3. Tempat pembelian, yaitu suatu strategi dalam memasarkan produk, dengan menggunakan iklan dengan menempel brosur didekat produk barang yang akan di promosikan kepada konsumen. Cara ini sangat bagus digunakan oleh retail dalam memasarkan produk yang mereka punya
4. Internet marketing adalah pendekatan untuk memasarkan dan mengiklankan barang dan jasa melalui internet dengan tujuan meningkatkan volume penjualan dan mendorong pelanggan untuk membeli produk tersebut. Strategi ini sangat populer karena mudah dan cepat. Selain itu, pada zaman sekarang ini sangat banyak sekali media social yang bisa di dimanfaatkan oleh sebuah usaha dalam memasarkan produk barang/jasa, diantaranya, facebook, Instagram, email marketing, tiktok, dan membuat website penjualan.

Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut (Menurut Arianto, (2016) "Kualitas pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggannya, Untuk memenuhi kebutuhan yang diinginkan serta sesuai dengan kebutuhan yang diharapkan oleh pelanggan atau konsumen tersebut dengan cepat dan tepat". Menurut Mulyapradana (2020) "Dalam memberikan kualitas prima, faktor yang perlu di awasi yaitu faktor kualitas pelayanan, karena apabila kualitas pelayanan buruk, maka akan memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen". Sesuai dengan penjelasan diatas, maka diambil sebuah kesimpulan yaitu kualitas pelayanan adalah sebuah tindakan yang diberikan oleh perusahaan terhadap konsumen dan tidak memiliki wujud. Sebuah layanan bisa digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan yang telah diterapkan

Pengertian Penjualan

Samsul Arifin (2020) "Mengatakan penjualan yaitu sebuah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dalam mendapatkan uang dari hasil penjualan produk barang/jasa mereka kepada konsumen". Sementara itu Sumiyati dan Yatimatun (2021) "Mengatakan penjualan yaitu kegiatan menjual sebuah produk barang/jasa kepada konsumen dengan imbalannya adalah mendapatkan uang dari pembelian produk barang/jasa tersebut". Penjualan adalah sumber pendapatan perusahaan.

Kotler dan Keller (2016) "Penjualan adalah proses pemasaran yang melibatkan upaya untuk mempengaruhi calon pelanggan agar membeli produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Penjualan juga melibatkan komunikasi langsung dengan pelanggan untuk menciptakan hubungan baik antara perusahaan dan konsumen". Dalam buku (Philip Kotler) "Manajemen Pemasaran, definisi penjualan adalah proses menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan sebuah produk/jasa kepada pihak lain yang memiliki nilai tukar yang tinggi". Tujuan penjualan, menurut Sumiyati dan Yatimatun (2021) "Yaitu untuk mendapatkan keuntungan serta meningkatkan sebuah pendapatan dari hasil penjualan produk barang/jasa kepada pihak lain (konsumen)". Sehingga dapat disimpulkan bahwa menukar sebuah produk barang/jasa dengan sejumlah uang sebagai pembayarannya dikenal sebagai kegiatan penjualan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Pada penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif, metode kuantitatif adalah metode yang dilakukan dengan mengolah dan mengukur data dengan menggunakan teknik matematika atau perhitungan dan bisa dibantu dengan menggunakan aplikasi SPSS. Sugiyono (2018) "Menyatakan bahwa metode kuantitatif adalah sebuah metode yang digunakan dalam sebuah penelitian untuk meneliti populasi dan sampel dengan menggunakan metode statistik atau matematika". Tujuan dari dilakukannya penelitian yaitu untuk menemukan masalah dan mencari solusi terhadap masalah tersebut.

Metode penelitian kuantitatif dilakukan untuk mengembangkan sebuah penelitian dengan model matematika atau perhitungan serta hipotesis berkaitan dengan fenomena tertentu. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menemukan berapa besar hubungan antara variabel-variabel yang diteliti.

Menurut Fauzi, (2022) Ada beberapa Langkah yang harus dilakukan peneliti dalam metode penelitian kuantitatif, sebagai berikut:

1. Identifikasi masalah: mengenali dulu lebih dalam masalah yang terjadi, setelah itu baru dilakukan penelitian untuk mencari solusi yang paling tepat untuk masalah tersebut.
2. Merumuskan masalah: Setelah mengenali masalah yang sedang terjadi, kemudian masalah tersebut dibuat lebih terperinci lagi dan dibuat daftar pernyataan untuk dikaji dan dibahas lebih luas lagi.
3. Merumuskan hipotesis: Mengumpulkan jawaban sementara terkait dengan permasalahan yang sedang terjadi dan jawaban-jawaban tersebut diolah lebih lanjut berdasarkan teori-teori yang berlaku sehingga dapat mengambil sebuah kesimpulan yang tepat.
4. Pengumpulan data: Mencari data serta informasi yang banyak terkait dengan permasalahan yang sedang terjadi. Data yang sudah terkumpul diolah lebih lanjut dan dikaitkan dengan rumusan hipotesis.
5. Analisis: Analisis berhubungan erat dengan data yang telah dikumpulkan dan subjeknya. Jika sebuah data yang didapatkan kemudian dikumpulkan adalah kualitatif atau naratif, maka pendekatan kualitatif digunakan; sebaliknya, namun jika data yang dikumpulkan berupa angka, maka pendekatan statistik digunakan dengan metode kuantitatif.
6. Kesimpulan: Hasil dari data yang sudah didapatkan, serta sudah di analisis dengan baik tentang kebenarannya dan bersumber dari narasumber yang terpercaya yang artinya bukan sebuah karangan.

Populasi

Menurut Sugiyono (2018) "Populasi yaitu garis umum yang mencakup objek atau topik tertentu dan telah dipastikan oleh peneliti untuk dilakukan penelitian, yang akan menghasilkan sebuah kesimpulan". Pada penelitian, populasi dibedakan menjadi dua bagian yaitu: populasi umum dan populasi target. Pelanggan yang melakukan pembelian di Toko maju Teti selama tiga (bulan) digunakan sebagai subjek penelitian ini.

Tabel 2 Data Pelanggan Selama Tiga Bulan

Keterangan	Bulan			Total
	Januari	Februari	Maret	
Pelanggan yang melakukan pembelian produk di Toko Maju Teti.	10 Orang	40 Orang	160 Orang	160 Orang

Sumber: Diolah Oleh Peneliti 2025.

Data pelanggan yang peneliti ambil selama tiga bulan observasi di Toko Maju Teti Kota Gunungsitoli sebanyak 160 adalah sebagian besar pelanggan tetap Toko Maju Teti.

Sampel

Menurut Sugiyono, (2017:81) "Sampel yaitu bagian dari populasi yang akan digunakan peneliti sebagai sumber data, untuk tujuan penelitian yang lebih lanjut, dalam hal ini, sampel dihitung sebagai suatu bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki populasi". Menurut Sugiyono, (2016:81) "Metode pengambilan sampel merupakan suatu metode untuk menentukan jumlah responden yang nantinya akan digunakan oleh peneliti untuk melakukan penelitian". Menurut Sugiyono (2017) "Menyatakan bahwa dalam penelitian sosial, batas kesalahan sampel umumnya ditetapkan sebesar 5% (0,05) namun dalam kondisi tertentu bisa ditoleransi sampai 10% (0,10)". Maka penulis menggunakan rumus slovin dengan tingkat kesalahannya sebesar, 10% (sepuluh persen) dengan tingkat kepercayaannya sebesar, 90% (Sembilan puluh persen). Berikut cara perhitungan sampel menggunakan rumus slovin:

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

Dimana:

N : Ukuran sampel

N : Populasi

e² : Prosentase kesalahan

$$n = \frac{160}{1 + 160(0,10)^2}$$

$$n = \frac{160}{1 + 160(0,01)}$$

$$n = \frac{160}{1 + 1,6}$$

$$n = \frac{160}{2,6}$$

$$n = 62 \text{ Responden}$$

Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu; Menurut sugiono 2021 “*probability sampling. probability sampling* (sampel probabilita) adalah metode di mana setiap elemen dalam populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih”. Teknik ini sangat penting dalam penelitian kuantitatif karena memungkinkan generalisasi hasil penelitian ke seluruh populasi dan memberikan validitas statistik yang tinggi. Berdasarkan Uraian diatas dan hasil perhitungan menggunakan rumus slovin maka dalam penelitian ini jumlah sampel yaitu 62 responden.

Teknik Pengumpulan Data

Sugiyono (2018:) “Mengatakan bahwa teknik pengumpulan data adalah langkah paling strategis dalam penelitian karena tujuan utamanya adalah mendapatkan data yang akurat dan tepat”. Maka jika peneliti tidak memahami lebih dalam teknik pengumpulan data, maka peneliti tersebut tidak akan mendapatkan data yang akurat dan tepat. Sehingga penelitian mereka tidak akan memperoleh hasil yang akurat. Sebaliknya jika peneliti mampu memahami pengumpulan data dengan baik maka peneliti tersebut akan mendapatkan data yang akurat, dan hasil penelitiannya pasti akurat.

Menurut (Bakhrudin All Habsy, 2024) Berikut beberapa cara dalam mengumpulkan data:

1. Teknik Observasi: Pengamatan, juga dikenal sebagai observasi, mengamati lebih teliti. Pada penelitian, observasi didefinisikan sebagai suatu pengamatan dan secara sistematis dan terperinci tentang objek penelitian yang akan diteliti secara langsung.
2. Metode Angket: Angket, juga disebut kuesioner, adalah metode untuk mengumpulkan sebuah data melalui pernyataan. Tekni pengumpulan data dalam metode ini dilakukan dengan cara melakukan penyusunan secara sistematis terhadap item pernyataan yang akan di berikan kepada responden. Petunjuk pengisian, dan elemen identitas responden yang mencakup jenis kelamin, umur, pekerjaan, dan penghasilan
3. Teknik dokumentasi: Teknik dokumentasi, Merupakan teknik pengumpulan suatu data untuk mendapatkan informasi namun saat pengambilan datanya didokumentasikan menggunakan teknologi seperti handphone, seperti mengambil foto saat wawancara ataupun video. Sehingga teknik dokumentasi ini merupakan teknik pengambilan data yang sangat akurat dan tidak bisa di manipulasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Uji Validitas

Menurut Saptutyningasih dan Setyaningrum (2019) “Uji validitas merupakan uji yang harus dilakukan dalam sebuah penelitian. Uji ini dilakukan untuk mengukur seberapa valid atau seberapa baik data tersebut bisa digunakan dalam sebuah penelitian”. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel, jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut valid dan dapat digunakan dalam penelitian. Uji validitas yang digunakan oleh penulis yaitu dengan menggunakan bantuan SPSS. SPSS merupakan sebuah aplikasi untuk menganalisis data statistik. Berikut hasil uji validitas variabel pada penelitian ini:

Tabel 3 Validitas Variabel X Kualitas Pelayanan

No item Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1	0,760	0,218	Valid
2	0,800	0,218	Valid
3	0,800	0,218	Valid
4	0,815	0,218	Valid
5	0,774	0,218	Valid
6	0,864	0,218	Valid
7	0,835	0,218	Valid
8	0,836	0,218	Valid
9	0,796	0,218	Valid
10	0,619	0,218	Valid

Sumber: Hasil Output SPSS 26, 2025

Berdasarkan dari hasil uji validitas di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa semua item pernyataan variabel (X) dinyatakan valid, karena r hitung lebih besar dari r tabel (0,218).

Tabel 4 Validitas Variabel Y Peningkatan Penjualan

No item Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1	0,596	0,218	Valid
2	0,625	0,218	Valid
3	0,638	0,218	Valid
4	0,623	0,218	Valid
5	0,478	0,218	Valid
6	0,501	0,218	Valid
7	0,670	0,218	Valid
8	0,608	0,218	Valid
9	0,601	0,218	Valid
10	0,658	0,218	Valid
11	0,590	0,218	Valid
12	0,564	0,218	Valid
13	0,553	0,218	Valid
14	0,537	0,218	Valid

Sumber: Hasil Output SPSS 26, 2025

Berdasarkan dari hasil uji validitas di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa semua item pernyataan variabel (Y) dinyatakan valid, karena r hitung lebih besar dari r tabel (0,218).

Uji Reliabilitas Data

Tabel 5 Reliability variabel Kualitas Pelayanan (X)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.932	10

Sumber: Hasil Output SPSS 26, 2025

Tabel 6 Reliability variabel Peningkatan Penjualan (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.854	14

Sumber: Hasil Output SPSS 26, 2025

Hasil pengujian reliabilitas terhadap instrument menghasilkan angka Cronbach Alpha lebih besar dari 0,6 yaitu Kualitas Pelayanan (X) sebesar 0,932, dan Peningkatan Penjualan (Y) sebesar (0,854). Reliabilitas kuesioner untuk kedua variabel ini dianggap sangat layak dan reliabel, karena nilai Cronbach Alpha kedua variabel > 0,6. Dan jika dilihat dari tabel tingkat reliabilitas kedua variabel tersebut berada di antara alpha 0,80-1,100, dan dikatakan sangat reliabel.

Uji Koefisien Korelasi

Tabel 6 Uji Koefisien Korelasi Variabel (X) dan Variabel (Y)

		X	Y
X	Pearson Correlation	1	.802**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	62	62
Y	Pearson Correlation	.802**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	62	62

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Hasil Output SPSS 26, 2025

Dari hasil perhitungan menggunakan SPSS pada tabel 4.14 dapat diketahui bahwa nilai korelasi kedua variabel sebesar $r = 0,802$. $0,802$ bernilai positif dan kuat, dengan melihat ketentuan yang telah ditetapkan dimana jika nilai r lebih besar dari 0, maka bisa dikatakan telah terjadi korelasi yang kuat antara variabel X dan variabel Y. Semakin tinggi presentase yang diberikan oleh variabel X, maka semakin besar tinggi juga nilai yang didapatkan oleh variabel Y. Dapat disimpulkan korelasi antara variabel kualitas pelayanan dan peningkatan penjualan sangat kuat, karena berada pada tingkat interval 0,80-1,100.

Uji Koefisien Determinan

Tabel 7 Uji Koefisien Determina R^2

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.802 ^a	.643	.638	2.953

Sumber: Hasil Output SPSS 26, 2025

Dari hasil perhitungan pada tabel 4.15 menggunakan SPSS, maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel kualitas pelayanan yang dilakukan pada Toko Maju Teti Kota Gunungsitoli memberikan pengaruh terhadap peningkatan penjualannya, dengan kontribusi sebesar 64%. Dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang belum diteliti, sebesar $(100\% - 64\%) = 36\%$

Uji Hipotesis (Uji t)

Tabel 7 Pengaruh Variabel (X) Terhadap Variabel (Y)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.515	2.622		6.681	.000
	X	.839	.081	.802	10.406	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Output SPSS 26, 2025

Hasil SPSS26 di atas menunjukkan bahwa nilai antara variabel X (Kualitas Pelayanan) dan variabel Y (Peningkatan Penjualan) adalah t hitung = 10,406, dan nilai t tabel adalah 1,999 dengan n = 62 pada tingkat kepercayaan 90%. Menurut ketentuan yang berlaku, Hipotesis Alternatif HO diterima jika t hitung lebih besar dari t tabel atau 10,406 lebih besar dari 1,999, dan nilai signifikansi dari t hitung sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, peningkatan penjualan di toko Maju Teti Kota Gunungsitoli dipengaruhi oleh kualitas layanan.

Analisis Regresi Linear Sederhana

Regresi linear sederhana, dilakukan untuk melihat keterkaitan antara variabel kualitas pelayanan dengan variabel peningkatan penjualan di Toko Maju Teti Kota Gunungsitoli. Untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel X dan Variabel Y penulis menggunakan SPSS untuk mendapatkan nilai dari;

$$Y = a + bX$$

Penjelasan:

X: Variabel Independen.

Y: Variabel Dependen.

a: Konstanta/Intersep.

b: Koefisien Regresi.

Berikut hasil dari pengujian yang dilakukan pada SPSS;

Tabel 8 Analisis Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.515	2.622		6.681	.000
	X	.839	.081	.802	10.406	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Output SPSS 26, 2025

Dari hasil SPSS diatas, dapat kita ketahui nilai $a = 17,515$ Jumlah konstan ini menunjukkan bahwa jika Kualitas Pelayanan (X) tidak ada, maka nilai konsisten Peningkatan Penjualan (Y) adalah sebesar 17,515. Sedangkan nilai $b = 0,839$ yang berarti Peningkatan Penjualan (Y) meningkat sebesar 0,839 untuk setiap kenaikan 1% pada tingkat Kualitas Pelayanan, yang berarti peningkatan Penjualan (Y) sebesar 0,839 setiap kenaikan 1% pada kualitas pelayanan. Jika kualitas pelayanan meningkat, penjualan juga akan meningkat. Sehingga persamaan Regresinya adalah $Y = 17,515 + 0,839 X$. Berikut adalah Grafik Regresi Linear sederhana keterkaitan antara variabel X dan Y.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Penjualan Di Toko Maju Teti Kota Gunungsitoli

Kualitas layanan ialah komponen penting yang harus diperhatikan (Rojikun, 2021). Kualitas pelayanan merupakan suatu tindakan kepada konsumen melalui penyajian yang sesuai dengan harapan dan kebutuhan konsumen (Chandra, 2020). Kualitas layanan dibedakan dalam dua standar yaitu kualitas layanan berstandar baik dan berstandar buruk (Indrasari, 2019). Kualitas dapat dikatakan berstandar baik jika usaha tersebut memberikan pelayanan yang setara dengan harapan konsumen.

Keputusan konsumen untuk kembali menjadi pelanggan akan memberikan pengaruh pada volume penjualan (Suardika & Sari Dewi, 2021). Oleh karena itu, volume penjualan yang didasarkan pada pengalaman pelanggan yang menyenangkan akan meningkat, dan perusahaan tersebut dapat mengurangi pengalaman pelanggan yang tidak menyenangkan. Maka dari itu, kualitas layanan dapat membuat kesetiaan pelanggan pada usaha serta dapat mendorong peningkatan volume penjualan. Hal tersebut dibuktikan melalui penelitian terdahulu.

Berdasarkan hasil penelitian yang berjudul pengaruh kualitas pelayanan di Toko Maju Teti Kota Gunungsitoli. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan (X) terhadap Peningkatan Penjualan (Y). diperoleh nilai antara variabel X (Kualitas Pelayanan) dan variabel Y (Peningkatan Penjualan) adalah $t = 10,515$, dan nilai tabel adalah 1,999 dengan $n = 62$ pada tingkat kepercayaan 90%. Menurut ketentuan yang berlaku, Hipotesis Alternatif H_a diterima jika t hitung lebih besar dari t tabel atau 10,515 lebih besar dari 1,999, dan nilai signifikansi dari t hitung sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dari hasil penelitian tersebut dapat diuraikan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap peningkatan penjualan produk pada Toko Maju Teti Kota Gunungsitoli. Yang artinya jika kualitas pelayanan yang diberikan Toko Maju Teti terhadap konsumen buruk atau tidak maksimal maka akan memberikan pengaruh terhadap penurunan penjualan mereka. Namun apabila semakin meningkat kualitas pelayanan yang diberikan oleh Toko Maju Teti terhadap konsumen, maka itu akan memberikan pengaruh terhadap peningkatan penjualan produk di Toko Maju Teti Kota Gunungsitoli.

Ini sejalan dengan temuan penelitian Widyawanti Achmad Rambu, Johny A.F. Kalangi, dan Aneke Y. Punuindoong (2022) Yang berjudul "Pengaruh pemasaran dan pelayanan terhadap peningkatan volume penjualan PT Tigaraksa Satria Tbk Kota Manado". Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan memiliki pengaruh secara parsial dan signifikan terhadap peningkatan volume penjualan perusahaan PT Tigaraksa Satria Tbk Manado sementara secara keseluruhan.

Dari penjelasan dan uraian di atas dapat dikatakan Salah satu komponen yang sangat penting untuk mendorong pertumbuhan adalah kualitas pelayanan. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di Toko Maju Teti Kota Gunungsitoli. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap peningkatan volume penjualan.

Besarnya Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Penjualan Di Toko Maju Teti Kota Gunungsitoli

Samsul Arifin (2020) mengatakan penjualan adalah memberikan sesuatu kepada orang lain (pembeli) untuk mendapatkan uang atau menerima uang. Sementara itu Sumiyati dan Yatimatun (2021) mengatakan penjualan adalah pembelian barang atau jasa dari satu pihak kepada pihak lain dengan ganti uang dari pihak lain. Penjualan adalah sumber pendapatan perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian yang berjudul pengaruh kualitas pelayanan terhadap peningkatan penjualan di Toko Maju Teti Kota Gunungsitoli.

Berdasarkan hasil uji koefisien determinan, hasil Penelitian menunjukkan dimana kualitas pelayanan mampu memberikan pengaruh terhadap peningkatan penjualan sebesar 64% sedangkan 36% dipengaruhi oleh faktor lain yang belum diteliti. Dari hasil penelitian tersebut dapat diuraikan bahwa kualitas pelayanan di Toko Maju Teti Kota Gunungsitoli memberikan pengaruh terhadap peningkatan penjualan produk mereka sebesar 64%, yang artinya jika kualitas pelayanan terus ditingkatkan maka semakin besar pengaruh yang diberikan kualitas pelayan terhadap peningkatan penjualan produk di Toko Maju Teti Kota Gunungsitoli. Dan 36% peningkatan penjualan di Toko Maju Teti Kota Gunungsitoli dipengaruhi oleh faktor yang lain dan belum diteliti.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Indra Sasangka, dan Rahmat Rusmayadi (2018) yang berjudul "Pengaruh kualitas pelayanan terhadap volume penjualan pada mini market minamart'90 bandung". Hasil penelitian menunjukkan Kualitas pelayanan di minimarket Minamart 1990 dipengaruhi oleh 67 persen oleh Besarnya dari variabel kualitas pelayanan, yang terdiri dari kehandalan, ketanggapan, jaminan, empati, dan bukti fisik.

Variabel lain yang tidak diteliti memberikan kontribusi sebesar 33 persen. Kualitas pelayanan dalam hal kehandalan, jaminan, dan empati harus terus ditingkatkan oleh manajemen perusahaan untuk mendukung pertumbuhan pelanggan yang lebih besar di minimarket Minamart'90 Bandung. Ini karena

faktor kualitas ini sangat penting dalam menentukan jumlah penjualan. Maka dapat dikatakan setiap kualitas pelayan ditingkatkan oleh setiap usaha/ bisnis maka akan semakin besar pengaruh yang diberikan oleh kualitas pelayanan terhadap peningkatan penjualan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap peningkatan penjualan, serta untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan tersebut terhadap peningkatan penjualan di Toko Maju Teti Kota Gunungsitoli. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan di Toko Maju Teti Kota Gunungsitoli, maka penulis menyampaikan beberapa kesimpulan yaitu:

1. Berdasarkan uji t menggunakan bantuan SPSS26 menunjukkan bahwa nilai antara variabel X (Kualitas Pelayanan) dan variabel Y (Peningkatan Penjualan) adalah t hitung = 10,406, dan nilai t tabel adalah 1,999 dengan n = 62 pada tingkat kepercayaan 90%. Menurut ketentuan yang berlaku, Hipotesis Alternatif HO diterima jika t hitung lebih besar dari t tabel atau 10,406 lebih besar dari 1,999, dan nilai signifikansi dari t hitung sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, peningkatan penjualan di toko Maju Teti Kota Gunungsitoli dipengaruhi oleh kualitas layanan.
2. Berdasarkan uji koefisien determinan menggunakan bantuan SPSS26, maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel kualitas pelayanan yang dilakukan pada Toko Maju Teti Kota Gunungsitoli memberikan pengaruh terhadap peningkatan penjualannya, dengan kontribusi sebesar 64%. Dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang belum diteliti, sebesar $(100\% - 64\%) = 36\%$.

Saran

Berdasarkan temuan penelitian, maka penulis memberikan saran adalah sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan penjualan di Toko Maju Teti Kota Gunungsitoli, maka Toko Maju Teti harus bisa melakukan pelayanan prima terhadap konsumen sehingga dapat memberikan pengaruh terhadap Peningkatan Penjualan dan Toko Maju Teti dapat terus berkembang..
2. Perlu dipertahankan dan ditingkatkan kualitas yang diberikan kepada para konsumen agar setiap konsumen dapat merasakan kepuasan dan akan memberikan dampak positif bagi Toko Maju Teti Kota Gunungsitoli.
3. Perlu dilakukannya pelatihan terhadap setiap karyawan terutama dalam segi kualitas pelayanan agar pelayanan yang diberikan oleh setiap karyawan dapat terrealisasikan dengan baik dan benar.
4. Diharapkan kepada peneliti berikutnya, supaya dapat melakukan penelitian yang lebih luas dan lebih rinci. Dengan begitu penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap peningkatan penjualan bisa menjadi tolak ukur bagi usaha-usaha dalam meningkatkan kualitas pelayanan yang mereka miliki.

DAFTAR PUSTAKA

- 53-Article Text-126-1-10-20181028 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Volume Penjualan. (N.D.). *Analisa Kualitas Layanan Pada Cv. Singoyudho Nusantara-1-10-20221127*. (N.D.).
- Arisandi, B. (2022). Pengaruh Sektor Pariwisata Terhadap Pendapatan Asli Daerah (Pad) Kabupaten Sumbawa. *Journal Of Finance And Business Digital*, 1(3), 171–182. <https://doi.org/10.55927/Jfbd.V1i3.1183>
- Bakhrudin All Habsy, Shofiyah Qurrotul A'yun, Inggit Widyanika, Rendy Nuril Anwar, Wardah Rikza Firdaus, Nilam Anggieta Tirtasari, & Rita Munifah Ramadhan. (2024). Manajemen Pengumpulan Data. *Jurnal Mahasiswa Kreatif*, 2(6), 34–46. <https://doi.org/10.59581/Jmk-Widyakarya.V2i6.4232>
- Bambang, D. A., Jarkawi, S., Primadewi, K., Habibah, U., Lounggina, T., Peny, L., Pratama, K., Derry, R., Wiena, N., Abdul, S., Zulfiah, W., Bambang, L., Firdaus, S., & Dharta, Y. (N.D.). *Metode Penelitian Kuantitatif*. <https://penerbitzaini.com/>
- Di Jl Sholeh Iskandar Raya Km, Terletak K., & Badak, K. (N.D.). *Bab Iii Metodologi Penelitian 3.1. Tempat Dan Waktu Penelitian Tempat Penelitian Dilakukan Pada Universitas Ibn Khaldun Bogor Yang*.
- Dr. Sri Rochani Mulyani, Se., M.Si. *Metodologi-Penelitian-34df25d8*. (N.D.).
- 788** | Otolius Telaumbanua, Idarni Harefa, Kurniawan Sarototonafo Zai, Heniwati Gulo; *The Influence Of Service Quality On ...*

- Hubungan Persediaan Dengan Penjualan Pada Laporan Keuangan Koperasi Bukit Muria Jaya Tahun 2021-2022 31-Oktober-2023_Akhmad-Gunawan.* (N.D.).
- Indrawan Sanny, B., Kaniawati Dewi, R., & Oleh Politeknik Dharma Patria Kebumen, D. (2020). *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis) Pengaruh Net Interest Margin (Nim) Terhadap Return On Asset (Roa) Pada Pt Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat Dan Banten Tbk Periode 2013-2017.* 4(1), 78–87. <https://doi.org/10.37339/jurnal>
- Noviana, M., Santoso, B., Program, M., Bisnis, S. A., Hukum, F., Sosial, I., & Politik, I. (2024a). Pengaruh Bonus Dapat Memotivasi Kerja Cv. Auto Bearing Di Dalam Divisi Penjualan. In *Bambang Santoso* (Vol. 2, Issue 2).
- Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Jne Cabang Medan.* (N.D.).
- Purba, M., Nasution, A. P., & Harahap, A. (2023a). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Moderasi. *Remik*, 7(2), 1091–1107. <https://doi.org/10.33395/remik.v7i2.12268>
- Rafi, A. R., & Nugroho, D. A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediator. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 1(3), 376–382. <https://doi.org/10.21776/jmppk.2022.01.3.11>
- Rambu, W. A., Kalangi, J. A. F., Punuindoong, A. Y., Ilmu, J., Program, A., & Bisnis, S. A. (2022). *Pengaruh Pemasaran Dan Pelayanan Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pt Tigaraksa Satria Tbk Kota Manado* (Vol. 3, Issue 2).
- Revita, I., Suharto, A., & Izzudin, A. (2021). Universitas Dharmawangsa Studi Empiris Pengendalian Kualitas Produk Pada Vieyuri Konveksi Empirical Study Of Quality Control In Vieyuri Konveksi. In *Jurnal Bisnis Net* (Issue 2).
- Sari, Y. (N.D.). Agustus 2023 39 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Kfc Gelael Bandar Lampung (Yudiana). In *Journal Of Accounting Taxing And Auditing (Jata)* (Vol. 4, Issue 2).
- Septia, F., & Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Aprin Palembang, P. (2023). Pengaruh Harga Terhadap Volume Penjualan Pada Bakso Mulyono Palembang. *Majalah Ilmiah Manajemen Issn*, 12, 2089–2330. <https://doi.org/10.58437/mim.v11i12>
- Seran, R. B., Sundari, E., & Fadhila, M. (2023). Jurnal Mirai Management Strategi Pemasaran Yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas Dalam Menarik Perhatian Konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 206–211.
- Shintha Sarah, A., Natasya Siahaan, L., & Nazwa, S. (2025). *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Indeks Pembangunan Manusia Di Jawa Tengah Menggunakan Regresi Log-Linier.* 2. <https://doi.org/10.5281/enodenodo.15693049>
- Skripsi Sistem Informasi - Heri 1911050007 - Bab Ii - Tinjauan Pustaka.* (N.D.).
- Sri Kurnialis Repository Uin Suska Riau Pasca.* (N.D.).
- Strategi Pemasaran Pada Swalayan Aneka Dalam Memepertahankan Pelanggan Ditengah Pandemi Covid-19.* (N.D.).
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). Menentukan Populasi Dan Sampel: Pendekatan Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 9(4), 2721–2731. <https://doi.org/10.29303/jipp.v9i4.2657>
- Sugiyono 2019 Variabel Penelitian.* (N.D.).
- Tinjauan Teori Pengertian Penjualan.* (N.D.).
- Tree Nanda, M., & Wangdra, Y. (N.D.). *Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt Teno Sukses Abadi Di Kota Batam.*
- Valuasi, J., & Dan, ; Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Brand Image Terhadap Volume Penjualan Vivo Pada J-Bross Computer. (N.D.). *Smartphone Padang*. 3. <https://doi.org/10.46306/vls.v3i1>
- Yani Balaka, M., & Abyan, F. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif.* www.penerbitwidina.com
- Zainuddin Iba & Wardhana (2024) menyoroiti kegunaan regresi linier sederhana dalam riset kuantitatif modern, khususnya dengan dukungan software terbaru.
- Zebua, D., Putri Farida Zebua, D., Elhan Gea, N., & Natalia Mendrofa, R. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Di Cv. Bintang Keramik Gunungsitoli

Marketing Strategy Analysis In Increasing Product Sales In Cv. Bintang Keramik Gunungsitoli.
1299 *Jurnal Emba*, 10(4), 1299–1307.

Zulfah Fadilah, N., & Suspendi, M. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Volume Penjualan Usaha Toko Kopi Seduh*. 8(1). <https://doi.org/10.26740/jpeka.V8n1.P37-50>