



YAYASAN PEMBINA LEMBAGA PENDIDIKAN PERGURUAN TINGGI PGRI KEDIRI

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Program Studi: Akuntansi, Manajemen dan Pendidikan Ekonomi

Status "Terakreditasi"

S.K. Mendiknas R.I. No. 241/D/O/2006 Tanggal 12-10-2006

Kampus: Jalan K.H. Achmad Dahlan 76 Telepon (0354) 771576 Kediri

Web Site: www.fe.unpkediri.ac.id email: fe.unpkediri.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor : 0231/ST/FEB-UNP/Kd/VIII/2021

Yang bertanda tangan di bawah ini Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri memberi tugas kepada:

No	Nama Dosen/ Mahasiswa	NIDN/NPM	Prodi	Keterangan
1	Yanti Kusumawati	17.1.02.02.0183	Manajemen	Penulis 1
2	Dr. Samari, M.M.	0712026201	Manajemen	Penulis 2
3	Hery Purnomo, M.M.	0713076803	Manajemen	Penulis 3

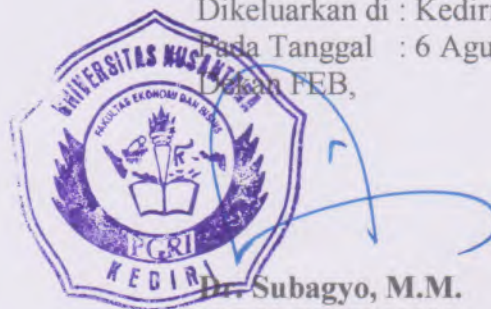
Untuk mempublikasikan hasil penelitian yang berjudul "Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Melalui Kualitas Produk, Harga dan Promosi pada UD Jawa Mandiri" pada Seminar Nasional Manajemen Ekonomi Akuntansi dan *Call Paper* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Demikian surat tugas ini dibuat agar dapat dilaksanakan dengan penuh tanggung jawab.

Dikeluarkan di : Kediri

Pada Tanggal : 6 Agustus 2021

Dekan FEB,



Dr. Subagyo, M.M.

NIDN. 0717066601

PROSIDING

SEMINAR NASIONAL
MANAJEMEN EKONOMI DAN AKUNTANSI



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

TIM EDITORIAL

EDITOR IN CHIEF

Dr. Amin Tohari, M.Si.

EDITOR

Diah Ayu Septi Fauji, M.M.

Linawati, M.Si.

COPY EDITOR

Diah Nurdiwati, M.S.A.

Bambang Agus Sumantri, M.M.

LAY-OUT EDITOR

Dr. Eunike Rose Mita Lukiani, M.Pd.

Dhiyan Septa Wihara, S.P., M.M.

REVIEWER

Prof. Sugiono, M.M.

Dr. Subagyo, M.M.

Dr. Samari, M.M.

Dr. Rr. Foryjati, M.M.

Dr. M. Muchson, M.M.

Dr. M. Anas, M.M., M.Ak.

DAFTAR PEMAKALAH

1	Adhe Julistira ¹ , Amin Tohari ² , Mar'atus Solikah ³	Faktor-Faktor Yang Dapat Mempengaruhi Terhadap Kualitas Audit (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018 - 2020)
2	Gita Hardianti ¹ , Suhardi ²	Analisis Sistem Pengendalian Intern Penerimaan Dan Pengeluaran Kas Pada Cv. Boom Motorist
3	Nur Arifatul Muyassaroh ¹ , Mar'atus Solikah ² , Hestin Sri Widiawati ³	Penerapan Akuntansi Pada Pelaku UMKM Desa Jambu Kecamatan Kayen Kidul Kabupaten Kediri
4	Miftakul Rip'atin, Mar'atus Solikah, Hestin Sri Widiawati	Penerapan Sistem Informasi Manajemen Daerah (SIMDA) Pada Pengelolaan Keuangan DPRKPP Kabupaten Nganjuk
5	Iis Endang Soekowati, Hestin Sri Widiawati, Sigit Puji Winarko	Analisis Pengaruh Kesulitan Keuangan, Tingkat Hutang, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Konservatisme Akuntansi
6	Maria Goreti Bupu, Badrus Zaman, Sugeng	Penerapan Metode ABC System Dalam Menentukan Harga Pokok Kamar Pada Lotus Kediri Tahun 2020
7	Ayu Agustina Sari, Sugeng, Amin Tohari	Analisis Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Dan Penerimaan Kas Dalam Meningkatkan Pengendalian Internal Pada Pt. Armada Pagora Jaya
8	Niken Tria Candra Vita, Sigit Puji Winarko, Diah Nurdiwaty	Determinasi Sistem Informasi Akuntansi Manajemen Dan Sistem Pengendalian Manajemen Terhadap Kinerja Manajerial Pada Ud. Tunggal Jaya
9	Mar'atul Ulfa, Diah Nurdiwaty, Sigit Puji W.	Analisis Pengaruh Modal Koperasi, Aset, Dan Jumlah Anggota Terhadap SHU Pada Koperasi Simpan Pinjam (Study Koperasi Kabupaten Nganjuk)
10	Mas'adatul Hukmiyah, Badrus Zaman, Sugeng	Pengaruh Current Ratio (CR), Return On Asset (ROA), Return On Equity (ROE), Earning Per Share (EPS), Debt To Equity (DER), Dan Net Profit Margin (NPM) Terhadap Return Saham Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan Yang Terdaftar Di BEI 2016-2019
11	Rara Puspita Prihandini, Andy Kurniawan, Dyah Ayu Paramitha	Analisis Realisasi Anggaran Untuk Menilai Efektifitas Dan Efisiensi Kinerja Pemerintah Kota Kediri Tahun 2016-2020
12	Retno Puspasari, Diah Nurdiwaty, Erna Puspita	Penerapan Metode Cost Plus Pricing Dalam Menentukan Harga Jual Dan Pengaruhnya Terhadap Laba Bersih (Study Kasus Pada Pandai Besi Adi Baja Tembus Nganjuk)
13	Yayuk Sulistyorini, Andy Kurniawan, Dyah Ayu Paramitha	Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Pada Masa Pandemi Covid-19 Pada Mawaddah Bakery Nganjuk
14	Arivia Fridasari, Amin Tohari, Dyah Ayu Paramitha	Pengaruh Rasio Keuangan Terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Periode 2017-2020
15	Yayang Septin Dewintara, Linawati, Suhardi	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Pengusaha Kecil Dan Menengah Atas Penggunaan Informasi Akuntansi (Studi Pada Pengusaha Gethuk Pisang Di Kota Kediri)
16	TOTOK, Erna Puspita, Faisal	Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Pertumbuhan Laba Pada Empat Perusahaan Bumn Sektor Konstruksi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2020
17	Avinda Tyas Savitri ¹ , Faisal ² , Badrus Zaman ³	Pengaruh Pendapatan Asli Daerah, Investasi Pemerintah, Dan Umk Terhadap Pertumbuhan Ekonomi

18	Liya Widia Ningsih 1, Ema Nurzainul Hakimah 2, Moch. Wahyu Widodo ³	Analisis Penerapan Strategi Swot Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Beras Organik Kabupaten Kediri
19	Wahyu Ananda Putra ¹ , Badrus Zaman ² , Sugeng ³	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Struktur Modal Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan Dan Minuman Periode 2017-2019
20	Ratih Agustina Dewi ¹ , Faisol ² , Badrus Zaman ³	Determinasi Pendapatan Asli Daerah Dengan Pendekatan FGLS (Feasible Generalized Least Square)
21	Indah Tri Agustin ¹ , Suhardi ²	Transparansi Dan Akuntabilitas Dalam Pengelolaan Anggaran Pendapatan Belanja (APBDES) Pada Pembangunan Di Desa Mojokambang Kecamatan Bandarkedungmulyo Kabupaten Jombang Tahun 2020
22	Jekso Ryan Pamungkas ¹ , Linawati ² , Mar'atus Solikah	Faktor Yang Mempengaruhi Laba Bersih Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Food And Beverages
23	Riski Masita, Linawati, Suhardi	Penerapan Laporan Keuangan Berdasarkan Sak Emkm Pada Umkm Di Kota Kediri (Studi Kasus Pada Umkm Makanan Di Kota Kediri)
24	Ima Nurlaili ¹ Andy Kurniawan	Analisis Sistem Informasi Akuntansi Pembelian Dan Persediaan Pada Swalayan Subur
25	Riska Amaliyah Dewi ¹ , Hestin Sri Widiawati ² .	Pengaruh 'Skala'kap, Skala Perusahaan, Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Pengelolaan Laba
26	Ami Susanti ¹ , Mar'atus Solikah ² , Sigit Puji Winarko ³	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Pada Kantor Pelayanan Pajak (Kpp) Pratama Pare Kediri Tahun 2020
27	Renna Agustiningtyas, Puji Astuti	Evaluasi Sistem Pengendalian Internal Atas Pemberian Kca Di Pt. Pegadaian (Persero) Upc Warujayeng
28	Wahyu Suryanto	Peran Audit Internal Dalam Menunjang Efektifitas Pengendalian Internal Penjualan Pada Dealer Aries Sentosa Motor Kota Kediri
29	Reficensa Therisia, Diah Nurdiawaty, Erna Puspita	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Laporan Keuangan Daerah Pada Badan Pengelola Keuangan Dan Aset Daerah (BPKAD) Kabupaten Nganjuk Tahun 2020
30	Agus Sades Setiawan, Erna Puspita, Linawati	Sistem Informasi Akuntansi Proses Produksi Pada Usaha Roti Ar Bakery
31	Reza Ayu Saputri, Puji Astuti	Analisis Pengelolaan Dan Pertanggungjawaban Anggaran Pendapatan Dan Belanja Desa Di Desa Patihan Kecamatan Loceret Kabupaten Nganjuk
32	Muhammad Afrian Mujib, Puji Astuti	Analisis Sistem Pengendalian Internal Akuntansi Penggajian Dan Pengupahan Pada Home Industry Ar Bakery Nganjuk
33	Muhammad Afrian Mujib, Puji Astuti	Analisis Sistem Pengendalian Internal Akuntansi Penggajian Dan Pengupahan Pada Home Industry Ar Bakery Nganjuk
34	Reza Ayu Saputri, Puji Astuti	Analisis Pengelolaan Dan Pertanggungjawaban Anggaran Pendapatan Dan Belanja Desa Di Desa Patihan Kecamatan Loceret Kabupaten Nganjuk
35	Fadhlan Zuhdi, Sri Swastika, Kurnia Tanjungsari, Yurni	Pengaruh Profil Penyuluh Pertanian Terhadap Kuantitas Diseminasi Pertanian Di Kabupaten Kampar
36	Dian Noviyanti	Perkembangan Ekonomi Dan Fasilitas Umum Di Jawa Barat Pada Masa Pandemi Covid-19

37	Sri Yuana Novirahayu	Keputusan Pembelian Dilihat Dari Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Pada Toko Mrs Sheshop Tulungagung
38	Arta Dias Wulansari, Herry Yulistiyono	Analisis Dampak Ekonomi Keberadaan Desa Wisata Kemantren Terhadap Perekonomian Masyarakat Lokal
39	Dyah Ayu Mustika Rini, Herry Yulistiyono	Pengeluaran Pemerintah, Akumulasi Modal, Pajak Dan Ekspor Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia
40	Alfian Saifuddin Mahmud, Zulfikar	Dana Desa, Badan Usaha Milik Desa (BumDes), Kesempatan Kerja Dan Kesejahteraan Masyarakat (Studi Empiris Desa-Desa Di Kabupaten Klaten Tahun 2019)
41	Melisa Yola Amalia, Anita Kristina	Adaptasi Lingkungan Bisnia Saat Pandemi Covid 19 (Studi Pada Umkm Ledre Di Desa Padangan Bojonegoro-Jawa Timur)
42	Antoni Ludfi Arifin	Peran Departemen Sdm Dalam Perencanaan, Rekrutmen, & Seleksi Untuk Mendapatkan Sumber Daya Manusia Unggul
43	Desy Natalia ¹ , Antoni Ludfi Arifin ²	The Influence Of Leadership Style And Working Motivation Toward Employee's Working Productivity In Pt Royal Agro Indonesia
44	Rahmat Jauhari Aisawa Krismanegara, Samari, Hery Purnomo	Meningkatkan Omzet Penjualan Melalui Optimalisasi Kualitas Produk ,Variasi Produk, Dan Persepsi Harga Pada Nindy Dekorasi
45	Navita Candra Indrawati, Sigit Wisnu Setya Bhirawa	Pengaruh Motivasi, Pelatihan, Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Cv. Putra Jadi Di Nganjuk
46	Satria Galang Bahari	Penerapan Analisis Abc Sebagai Metode Pengendalian Persediaan Produk Sepatu Vans Pada Toko Infusion Kediri
47	Wahyu Rini Wulandari	Analisis Gaya Kepemimpinan Dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai Kantor Kecamatan Tanjunganom Kabupaten Nganjuk
48	Kiki Wijianti	Analisis Rasio Keuangan Dalam Menilai Kinerja Keuangan Perusahaan Sub Sektor Jasa Komputer Dan Perangkat Lainnya Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2016-2020
49	Candra Fery Setiawan, Sri Aliami, Poniran Yudho Leksono	Implementasi Tactic Pada Produk Bolu Kering Mak Plengeh:Kajian Submodel Triangle
50	Muhammad Afandi Syahroni, Basthoumi Muslih	Analisis Kompensasi Untuk Meningkatkan Kinerja Pekerja Harian Gudang Nganjuk Pt Tirta Restu Ayunda
51	Yulian Dwi Riski, Samari, Hery Purnomo	Upaya Meningkatkan Omzet Penjualan Melalui Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Tempat Usaha Pada Warung Brodin
52	Noor Azura Alias Dina, Sigit Ratnanto, Hery Purnomo	Analisis Kepuasan Anggota Koperasi Simpan Pinjam Arto Makmur Jaya Ditinjau Dari Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Citra Institusi
53	Ericha Puspha Ayu Lestari, Sri Aliami, Poniran Yudho Leksono	Performa Stp Untuk Mempertahankan Mind Share Pada Produk Bolu Kering Mak Plengeh Ud Wahyu Jaya Kota Kediri
54	Eni Hardianingtyas, Edy Djoko Suprajitno, Hery Purnomo	Analisis Kualitas Pelayanan Publik, Gaya Kepemimpinan Dan Kedisiplinan Kerja Sebagai Determinan Kepuasan Masyarakat Desa Ngulungkulon Trenggalek

55	Ayu Indra Setya Dewi, Ema Nurzainul Hakimah, Rino Sardanto	Analisis Dampak Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Gtl Balancing-Spooring Cabang Mojoroto Kediri
56	Liya Widia Ningsih, Ema Nurzainul Hakimah, Moch. Wahyu Widodo	Analisis Penerapan Strategi Swot Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Beras Organik (Studi Kasus Pada Ud Organik Sekar Putih Desa Pagung - Kab. Kediri)
57	Eka Dian Rahmawati, Basthoumi Muslih	Analisis Minat Beli Konsumen Di Era Pandemi Covid-19 Untuk Meningkatkan Volume Penjualan
58	Dedy Eka Septian Alief Mukmin, Sigit Wisnu Setya Bhirawa	Analisis Penerapan Promosi Di Instagram Dalam Meningkatkan Pendapatan Bengkel Cat Kk-Paint Kota Kediri
59	Deny Eko Prastiyo	Financial Literacy Dan Financial Behavior Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Manajemen Unp Kediri Angkatan 2017)
60	Kinanthi Puan Maharani, Bambang Agus Sumantri, Amat Pintu Batu Silalahi	Determinan Komunikasi, Motivasi, Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pt. Toyota Auto 2000 Sersan Suharmaji Kediri
61	Erviana Nurul Hidayati ¹ , Poniran Yudho Leksono ² , M. Zuhdi Sasongko ³	Implikasi Keputusan Pembelian Berdasarkan Varian Produk, Harga Dan Promosi Pada Bawang Goreng Kak Ros Umkm Sawung Tani
62	Aprilia Dwi Lestari, Rino Sardanto	Implementasi Swot Dan Business Model Canvas Guna Terciptanya Keunggulan Kompetitif Produk Pada Barelo Cafe Nganjuk
63	Dwi Ayu Indriani ¹ , Rino Sardanto ² , Moch. Wahyu Widodo ³	Pengaruh Faktor Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan Di Pdam Kabupaten Nganjuk
64	Theresia Vara Ayu Adinda Sari ¹ , Gesty Ernestivita ²	Implementasi Kualitas Layanan, Brand Image, Dan Harga Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan (Studi Pada J&T Express Gatot Subroto Nganjuk)
65	Mila Fitrianingrum ¹ , Bambang Agus Sumantri ² .	Determinan Kinerja Karyawan Dari Kedisiplinan, Stres Kerja, Dan Kompensasi Pada Koperasi Basitustra Munjungan Trenggalek
66	Septiana Imaharani Isukma ¹ , Idhiyan Isepta Iwihara ²	Determinasi Ipengaruh Imotivasi Idan Ilingkungan Ikerja Iterhadap Ikinerja Ikaryawan Iauto2000 Ihassanudin Ikediri
67	Yosephine Nadjira Hananta Susilaningdyah ¹ , Bambang Agus Sumantri ²	Analisa Pengaruh Komunikasi Kerja, Kompensasi, Kompetensi Dan Kaitannya Terhadap Kinerja Karyawan Pada Cv. Mentari Nusantara Feedmill Tulungagung 2021
68	Deppy Era Kurniawati ¹ , Dhiyan Septa Wihara ² , Edy Djoko Soeprajitno ³	Determinan Komunikasi Informal, Lingkungan Kerja, Dan Stres Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pt. Bpr Nusamba Tulungagung
69	Bella Kartika Agustina Sukmaningtiyas, Poniran Yudho Laksono, Rony Kurniawan	Analisis Reputasi, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Mahasiswa Baru Memilih Pendidikan Di Universitas Nusantara Pgrri Kediri
70	Fatwa Muhamad Haris, Poniran Yudho Laksono, Rony Kurniawan	Analisis Kualitas Pelayanan, Tingkat Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt Syarekah Jaya Gas Kediri
71	Ika Listyani	Pemetaan Minat Dan Motivasi Investasi Mahasiswa Unp Kediri (Studi Kasus Galeri Investasi Unp Kediri)
72	Fitri Kurniawati ¹ , Ismayantika Dyah Puspasari ²	Analisis Financial Distress Pada Pt. Sarimelati Kencana Tbk. Sebagai Dampak Pandemi Covid-19
73	Ajeng Inopiyanti Iwulan Ishafitri ¹ , Ibambang Iagus Isumantri ² , Isigit Itratnanto ³	Analisis Pengaruh Harga, Pelayanan, Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Di Jaya Mulya Transport

74	Yusiana	Analisis Dampak Bakat Penjualan Persepsi Peran Dan Tingkat Keahlian Terhadap Kinerja Tenaga Penjual
75	Silvana Widya Witarisma	<i>Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee</i>
76	Aditya Nur Rahman, Amat Pintu Batu Silalahi, M.M., Dhiyan Septa Wihara, M.M.	Analisis Pengaruh Disiplin, Lingkungan Kerja, Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Pt Metro Inti Purnama
77	Eka Dian Rahmawati ¹ , Basthoumi Muslih ²	Analisis Minat Beli Konsumen Di Era Pandemi Covid-19 Untuk Meningkatkan Volume Penjualan
78	Fina Nur Hayati ¹ Subagyo ² Ema ³	Strategi Pengembangan Industri Kecil Lovyna Konveksi Kediri
79	Suhendro ¹ , Ema Nurzainul H ² , Rino Sardanto ³	Analisis Bauran Pemasaran (4p) Terhadap Keputusan Pembelian Vaksin Ternak Merek Medivac Ai Di Kota Kediri
80	Latifatul Udmah, M. Zuhdi Sasongko	<i>Analisis Pengaruh Current Ratio, Debt To Equity Ratio, Return On Assets Dan Growth Sales Terhadap Dividen Payout Ratio Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016 – 2019</i>
81	Ervira Nuril Arika Febriani, Bambang Agus Sumantri	Kepuasan Pelanggan Berkaitan Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Pada Restoran Bu Eko Kediri
82	Aulia Hasa Amalika, Dian Kusumaningtyas, M.Zuhdi Sasongko	Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Harga Saham Perusahaan Konsumer Yg Terdaftar Di BEI 2018-2020
83	Dedy Eka Septian Alief Mukmin, Sigit Wisnu Bhirawa	Analisis Penerapan Promosi Di Instagram Dalam Meningkatkan Pendapatan Bengkel Cat KK Paint Kota Kediri
84	Desi Trilianti, Heri Purnomo, Rony Kurniawan	Pengendalian Persediaan Bahan Baku Benang Pada Usaha Tenun Ikat AAM Putra Kediri
85	Leny Nurul Hidayah, Samari	Kepuasan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri Pada Pembelajaran Daring Berdasarkan Kompetensi Dosen Di Era Pandemi Covid-19
86	M. Farikh Almubaroq	Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan Menggunakan Rasio Profitabilitas, Rasio Likuiditas, Dan Rasio Solvabilitas Pada Perusahaan Rokok Yang Terdaftar Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020
87	Yoni Wiji Utami, Dian Kusumaningtyas, M. Zuhdi Sasongko	Analisis Metode Altman Z Score Modifikasi Dalam Memprediksi Financial Distress Pada Perusahaan Semen Yang Terdaftar Di BEI 2018-2020
88	Wiwik Widowati, Rony Kurniawan	Penerapan Metode CPM (Critical Path Method) Dan Gantt Chart Untuk Meningkatkan Efisiensi Waktu Dan Biaya Pada Proyek Pemeliharaan Jalan Poros Utama Sanggrahan-Baleturi Kabupaten Nganjuk
89	Luthfia Wulandari, Bambang Agus Sumantri, Rony Kurniawan	Analisis Kinerja Karyawan Berkaitan Pelatihan, Kompensasi Dan Disiplin Kerja Di "Jago Bahasa" Pare
90	Ifa Bian Jayo Arbinta, Ichsannudin , Sigit Ratnanto	Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Andalan
91	Istyani Saputri, Zulistiani	Analisis Kualitas Pelayanan Publik (Studi Kasus Pada Kantor Desa Pecuk Kecamatan Patianrowo Kabupaten Nganjuk)
92	Riska Aprilianti, Sigit Wisnu Setya Bhirawa, Moch. Wahyu Widodo	Pengaruh Stress Kerja, Motivasi Kerja Dan Budaya Organisasi Terhadap Peningkatan Kinerja Karyawan
93	Rila Izatun Hanifa, M Zuhdi Sasongko	Analisis Roa, Roe, Der Terhadap Return Saham Perusahaan Manufaktur Sektor Properti Dan Real Estate

94	Reffo Andre Juliawan, Bambang Agus Sumantri, Rony Kurniawan	Pengukuran Kinerja Karyawan Pada Pt Indoprima Gemilang Ditinjau Dari Kompensasi, Motivasi Dan Gaya Kepemimpinan
95	Adika Desi Setyani ¹ , Sri Aliami ² , Ema Nurzainul Hakimah ³	Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus Pada Kedai Ayam Geprek "Takhasiena"Keamatan Kertosono – Kabupaten Nganjuk
96	Handika Sofianzah ¹ , Ema Nurzainul Hakimah ²	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Pawon Ngampon Trenggalek
97	Adam Indrasto ¹ , Ema Nurzainul Hakimah ² .	Analisis Kualitas Pelayanan Dan Keaneragaman Produk Simpan Pinjam Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Koperasi Bhayangkara
98	Welly Aji Nugroho ¹	Analisis Faktor Motivasi Dan Pelatihan Serta Disiplin Kerja Terhadap Prestasi Kerja Karyawan Divisi Pemasaran Pada Pt. Arta Boga Cemerlang Kediri
99	Insan Nur Alim	Analisis Pengaruh Lokasi, Fasilitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Loji Resto & Cafe Kediri
100	Ruby Mahasurya ¹	Determinan Kinerja Pegawai Ditinjau Dari Kepemimpinan, Kedisiplinan, Dan Motivasi Pada Kantor Desa Di Kecamatan Tarokan
101	David Chrisando ¹ , Bambang Agus Sumantri, S.IP., M.M. ² , Sigit Ratnanto, S.T.,M.M. ³	Analisis Kepuasan Konsumen Ditinjau Dari Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Di Kedai Damoni Kopi Kediri 2021
102	De Elsa Puspitasari ¹ , M. Zuhdi Sasongko ² , Rony Kurniawan ³	Analisis Motivasi, Leadership Style Dan Lingkungan Kerja Non-Fisik Terhadap Kinerja Karyawan Lotus Garden Hotel Kota Kediri
103	Raih Persada ¹ , Moch. Wahyu Widodo ²	Analisis Perbandingan Harga Saham Indeks Lq45 Sebelum Dan Semasa Pandemi Covid-19: Event Study
104	Evin Rachmad Arfiansyah ¹ , Sigit Wisnu Setya Bhirawa ² , Moch. Wahyu Widodo ³	Pengaruh Konflik Kerja, Stres Kerja Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pt. Jordan Food Kediri
105	Adhiyan Nurli Husna ¹ , Ichsanusin ² , Sigit Ratnanto ³	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Surabaya Ban Tulungagung
106	Wilda Sya'banie Ramadhany ¹ , Ichsanusin ² , Edy Djoko Suprayitno ³ ,	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumsi Pada Toko AWW Fhasion Kota Kediri
107	Aprilia Dwi Lestari ¹ , Rino Sardanto ² ,	Implementasi Swot Dan Business Model Canvas Guna Terciptanya Keunggulan Kompetitif Produk Pada Barelo Cafe Nganjuk
108	Theresia Vara Ayu Adinda Sari ¹ , Gesty Ernestivita ²	<i>Pengaruh Kualitas Layanan, Brand Image, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Di J&T Express Gatot Subroto Nganjuk</i>
109	Deppy Era Kurniawati ¹ , Dhiyan Septa Wihara ² , Edy Djoko Soeprajitno ³	Determinan Komunikasi Informal, Lingkungan Kerja, Dan Stres Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pt. Bpr Nusamba Tulungagung
110	Alvin Deva Prasetya ¹ , Zulistiani ²	<i>Analisis Pembentukan Portofolio Optimal Dengan Menggunakan Capital Asset Pricing Model (Capm) (Studi Empiris Pada Saham Yang Masuk Dalam Indeks Idx-Bumn20di Bursa Efek Indonesia)</i>
111	Lutfikavalma Irdinantara, Edy Djoko S	Pengaruh Pengalaman Kerja, Disiplin Kerja, Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pabrik Rokok Margantara Jaya Tulungagung
112	Aldo Bani Alifiano, Dodi Kusuma Hadi S	Determinan Kinerja Karyawan Ditinjau Dari Kompensasi, Motivasi, Dan Disiplin Kerja Karyawan Cv. Berkah Tani Jaya Kabupaten Kediri

113	Yesi Ayu Puspita Rini, Sri Aliami, Poniran Yudho Leksono	<i>Performance Store Atmosphere, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Cafe Arni Rejoso-Nganjuk)</i>
114	Dira Sabrina Aziz, Dodi Kusuma Hadi	Analisis Motivasi, Promosi Jabatan, Dan Kompensasi Sebagai Determinan Kepuasan Kerja Karyawan Di Kembang Jawa Motor Tepus Kediri
115	Ponco Suprpto, Dodi Kusuma Hadi	Analisis Gaji, Motivasi Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pt Aba Kediri
116	Ribut Yuni Lestari, Sigit Ratnanto, Hery Purnomo	Analisis Store Atmosphere, Lokasi Usaha, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Homely Koffee Kota Kediri
117	Rizky Reva Ananda, Hery Purnomo, Dodi Kusuma Hadi	Pengaruh Knowledge Sharing Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pln Kertosono Nganjuk
118	Shella Tamara Putri ¹ , M. Zuhdi Sasongko ² , Rony Kurniawan ³	Minat Menggunakan E-Money Pada Aplikasi Gopay “ Gojek ” Berdasarkan Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan
119	Adelia Dwi Ayu Agustin ¹ , Sri Aliami ²	Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan “Songo” Kabupaten Tulungagung
120	Fatwa Muhamad Haris, Poniran Yudho, Rony Kurniawan	Analisis Kualitas Pelayanan, Tingkat Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt Syarekah Jaya Gas Kediri
121	Kharis Abadi	Determinan Keputusan Pembelian Wallpaper Ditinjau Dari Kualitas Pelayanan, Promosi Online Dan Word Of Mouth Pada K.A Wallpaper Kediri
122	Ishmatul Maula	Penerapan Metode Abc Dan Eoq Dalam Pengendalian Persediaan Susu Formula Pada Sakinah 212 Mart Kediri
123	Sefilia Putri Asmaratika	Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa
124	Ilma Yogi Anvarensa	Analisis Kepemimpinan, Kompensasi, Dan Fasilitas Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Ksp Delta Surya Purnama Pare
125	Mohammad Fahrul Anas ¹ , Ichsanudin ² , Sigit Ratnanto ³	Analisa Keputusan Pembelian Rokok Gudang Garam Surya 12 Merah Berdasarkan Harga, Citra Merek Dan Kualitas Produk (Studi Pada Warga Desa Talun Kecamatan Rejoso Kabupaten Nganjuk)
126	“Zainal Arifin ¹ , Edy Djoko S ² , Rino Sardanto ³ ”	Dampak Disiplin Kerja, Motivasi, Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Di Pt. Candi Loka Ngawi”
127	Yoga Putriawan ¹ , Moch. Wahyu Widodo ²	Determinan Harga Saham Perusahaan Sektor Infrastruktur, Utilitas Dan Transportasi
128	Naya Aulia, Mar’atus Solikah Dan Hestin Sri Widiawati	Efektifitas Kebijakan Kredit Dalam Upaya Meningkatkan Profitabilitas Pada Kopwan PKC Tosaren Tahun 2017-2020
129	Mike Inur indah Isari I ¹ , Idodi I Kusuma Ihadi Is ² , I rino Isardanto I ³	Analisis Ipenerapan Idisiplin Ikerja, Istress Ikerja Idan Ilingkungan Ikerja Iuntuk Imeningkatkan Ikinerja Ikaryawan Ipada Ipt Ijms Imuroco Ingancar Ikediri
130	Nasrul Fuadi ¹	Analisis Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Harga Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Bus Po Harapan Jaya
131	Audi Yosrul Mustofa ¹ , Sigit Wisnu Setya Bhirawa ² , Basthoumi Muslih ³	Analisis Volume Penjualan Beras Lokal Ditinjau Dari Harga, Kualitas Produk Dan Pelayanan Di Toserba Bahagia Nganjuk
132	Moh. Taufik Tohari ¹ , Hery Purnomo ²	Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Kaos Pada AZKA Konveksi Nganjuk

133	Muhammad Afandi Syahroni, Basthoumi Muslih	ANALISIS KOMPENSASI UNTUK MENINGKATKAN KINERJA PEKERJA HARIAN GUDANG NGANJUK PT TIRTA RESTU AYUNDA
134	M Edo Yudha Pratama, Sri Aliami, Poniran Yudho Leksono	KEPUASAN KONSUMEN DITINJAU DARI PEOPLE, PROSES DAN PHYSICAL EVIDENCE PADA BENGKEL CUSTOM ASESORIS MOTOR DI XILAM 01 NGANJUK
135	Wynda Wibiyanti ¹ , Moch.Wahyu Widodoi ² , Sigit Wisnu Setya Bhirawa ³	ANALISIS KEBANGKRUTAN Z SCORE ALTMAN PERUSAHAAN MANUFAKTUR SUB SEKTOR OTOMOTIF DAN KOMPONEN DI MASA PANDEMI
136	Aling Aldyawan ¹ , Dodi Kusuma Hadi Soedjoko ²	ANALISIS HUBUNGAN KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN WORD OF MOUTH (WOM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA DEPOT TOMMY KEDIRI
137	Anas Nasrulloh Mahaby	ANALISIS GAYA KEPEMIMPINAN, PEMBERIAN <i>REWARD</i> DAN <i>PUNISHMENT</i> TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA SMK NEGERI 1 KEDIRI
138	Fajar Setya Kurniawan, Dhiyan Septa Wihara, Edy Djoko Soeprajitno	UPAYA MENINGKATKAN KINERJA PEGAWAI DITINJAU DARI MOTIVASI KERJA, KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIONAL, DAN DUKUNGAN ORGANISASI PADA DIREKTORAT JANDRAL PERHUBUNGAN DARAT KABUPATEN TULUNGANGUNG (STUDI KASUS PADA UPT TERMINAL GAYATRI TULUNGAGUNG)
139	Eko Jian Romadhon, Ema Nurzainul Hakimah	PENGARUH KINERJA SALES RETAIL, PERSONAL BRANDING, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SAUS JAWARA
140	Sidiq Gunawan, Dr. Ichsanudin, M.M.	Pengaruh Keputusan Pembelian Apotek Alya Farma Ngadiluwih Berdasarkan Kelengkapan Produk, Harga, Dan Citra Toko
141	Rizal Wahyu Romadhona ¹ , Sigit Ratnanto, S.T., M.M ² , M. Zuhdi Sasongko, S.E., Ak., M.MT	ANALISIS KUALITAS PRODUK, CITRA MERK, PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ROKOK SURYA PROFESSIONAL MILD 16 PT.GUDANG GARAM TBK DI KOTA NGANJUK JAWA TIMUR
142	Shella Tamara Putri ¹ , M. Zuhdi Sasongko ² , Rony Kurniawan ³	MINAT MENGGUNAKAN E-Money PADA APLIKASI GOPAY “ GOJEK ” BERDASARKAN PERSEPSI MANFAAT DAN PERSEPSI KEMUDAHAN
143	Aji Suprianto ¹ , Moch. Wahyu Widodo ² , Dian Kusumaningtyas	ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, LOKASI DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK BRODEN SCREEN PRINTING
144	Dwi Ayu Indriani ¹ , Rino Sardanto ² , Moch. Wahyu Widodo ³	PENGARUH FAKTOR KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN DAMPAKNYA PADA LOYALITAS PELANGGAN DI PDAM KABUPATEN NGANJUK
145	Emilda Meliyana ¹ , Dr. Ichsanudin, M.M ^{2*} , Gesty Ernestivita, M.M.	ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN CAFE SAMCIR NGANJUK BERDASARKAN KUALITAS PRODUK, PROMOSI SOSIAL MEDIA, DAN HARGA
146	Erviana Nurul Hidayati ¹ , Poniran Yudho Leksono ² , M. Zuhdi Sasongko	IMPLIKASI KEPUTUSAN PEMBELIAN BERDASARKAN VARIAN PRODUK, HARGA DAN PROMOSI PADA BAWANG GORENG KAK ROS UMKM SAWUNG TANI
147	Sidiq Gunawan, Ichsanudin	PENGARUH KEPUTUSAN PEMBELIAN APOTEK ALYA FARMA NGADILUWIH BERDASARKAN KELENGKAPAN PRODUK, HARGA, DAN CITRA TOKO
148	Sulton Ali Al Aradatin ¹ , Basthoumi Muslih ² , Restin Meilina	PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN ONLINE CUSTOMER RATING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MARKETPLACE SHOPEE (Studi Pada Mahasiswa Aktif Prodi Manajemen Angkatan 2017 UNP Kediri)

149	Mohammad Talaat Lutfi ¹ , Dhiyan Septa Wihara ²	PENGARUH MOTIVASI, DISIPLIN, DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KINERJA PEGAWAI KANTOR KECAMATAN SEMEN KABUPATEN KEDIRI
150	Ramadhian Aji Pratama ¹ , Dhiyan Septa Wihara ²	PENGARUH FASILITAS KANTOR, MOTIVASI, DAN DISIPLIN KERJA PERANGKAT DESA KECAMATAN PLEMAHAN KABUPATEN KEDIRI
151	Olivia Bunga Yulinda ¹ , Ichsannudin ² , Sigit Ratnanto ³	Pengaruh Harga, Pelayanan, Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Auto 2000 Hasanudin Kediri
152	Febby Faradella Bukhorida, Diyah Putri Febrian	PENGARUH PANDEMI COVID-19 TERHADAP KENAIKAN PENJUALAN TANAMAN HIAS KIOS RACHEL DESA REMBANG KABUPATEN KEDIRI
153	Shintia Nur Zella ¹ , Poniran Yudho Leksono ² , M.Zuhdi Sasongko ³	ANALISIS HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN <i>BRAND IMAGE</i> TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN TENUN IKAT AAM KODOK NGOREK PUTRA BANDAR KIDUL
154	Floren Acnestania ¹ , Hery Purnomo ²	IMPULSE BUYING DENGAN FAKTOR PENDORONG KECENDERUNGANNYA DI SWALAYAN (Studi Pada Swalayan Prima Kabupaten Nganjuk)
155	M Fajar Agel Prakoso ¹ , Ema Nurzainul Hakimah ² , Rino Sardanto ³	IDENTIFIKASI FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KEDAI KOPI KEMBANG SORE DI PUJON MALANG
156	Rahmad Dwi Febrianto ¹ , Bambang Agus Sumantri ² , Amat Pintu Batu Silalahi ³	ANALISIS KINERJA KARYAWAN PT. SAPTA KARYA MEGAH DITINJAU DARI ASPEK KOMPETENSI, KOMPENSASI DAN MOTIVASI
157	Lifsa Belviana: ¹ , Samari ² , Hery Purnomo ³	FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN MEMILIH RESTO SALESA TRENGGALEK
158	Frisilla Leniensi ¹ , Basthoumi Muslih ²	IMPLEMENTASI MARKETING <i>MIX</i> UNTUK MENINGKATKAN <i>BUYING DECISION</i> KONSUMEN GOLDEN SWALAYAN KEDIRI
159	Yanti Kusumawati ¹ , Samari ² , Hery Purnomo	UPAYA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN MELALUI KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI PADA UD JAWA MANDIRI
160	Erni Nofita Sari ¹ , Ichsannudin ² , Edy Djoko Soeprajitno ³	ANALISIS CITA RASA PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA KEDAI KOPI DI TELL KOPI KEDIRI
161	Adinda Aprilia Wihani ¹ , Sigit Wisnu Setya Bhirawa ²	PENGENDALIAN PERSEDIAAN BAHAN BAKU MENGGUNAKAN METODE EOQ PADA INDUSTRI PRIMER HASIL HUTAN KAYU (IPHHK)
162	Putri Wahyuningtias,Ichannudin,Edy Djoko Suprajitno	ANALISIS KUALITAS PRODUK, HARGA DAN ATMOSPHERE PLACE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA LOJI RESTO DAN CAFÉ KEDIRI
163	Lisa Lilik Zainul Fitri ¹ , Ichsannudin ² , Dian Kusumaningtyas ³	ANALISIS PERSEPSI HARGA, <i>STORE ATMOSPHERE</i> , DAN KEBERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA <i>MINIMARKET FAMILY</i> DI KECAMATAN PATIANROWO NGANJUK
164	Reza Fitria ¹ , Dhiyan Septa Wihara ² , Edy Djoko Soeprajitno ³	PENGARUH LINGKUNGAN KERJA, KETERAMPILAN & INSENTIF TERHADAP PRODUKTIVITAS KERJA KARYAWAN PABRIK GENTENG SARI BUMI TRENGGALEK
165	Lutvia Titis Arringga ¹ , Samari ² , Zulistiani ³	ANALISIS KINERJA KARYAWAN DI TINJAU DARI KONFLIK, LINGKUNGAN KERJA DAN GAYA KEPEMIMPINAN PADA KARYAWAN UMKM CRIUZZ
166	Madzhari Anwar ¹ , Bambang Agus Sumantri ²	KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA CRF 150L PADA KOMUNITAS KRACKER NGANJUK BERDASARKAN PERTIMBANGAN KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA MEREK

167	Linda Fitri Cahyani ¹ , Bambang Agus Sumantri ² , Rony Kurniawan ³	KINERJA PEGAWAI PERSPEKTIF LINGKUNGAN KERJA, KEPUASAN KERJA DAN KOMITMEN ORGANISASI PADA BPJS KETENAGAKERJAAN KANTOR CABANG KEDIRI
168	Khusna Fatimatus Syahroq, Hery Purnomo, Dodi Kusuma Hadi Soejoko	ANALISIS DUKUNGAN SELEBRITI, GAMBARAN MEREK, DAN HARGA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PRODUK BUSANA 3SECOND
169	Zuni Nor Anisa, M. Zuhdi Sasongko	ANALISIS CR, DER, DAN NPM TERHADAP PERUBAHAN LABA PERUSAHAAN SUB SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN
170	Ayu Indra Setya Dewi, Ema Nurzainul Hakimah, Rino Sardanto	ANALISIS DAMPAK PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA GTL BALANCING-SPOORING CABANG MOJOROTO KEDIRI
171	Liya Widia Ningsih, Ema Nurzainul Hakimah, Moch. Wahyu Widodo	ANALISIS PENERAPAN STRATEGI SWOT DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN BERAS ORGANIK (Studi Kasus Pada UD ORGANIK SEKAR PUTIH Desa Pagung -Kab. Kediri)
172	Nanda Affatul Aziziyah, Ema Nurzainul Hakimah	DAMPAK HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE
173	Stefanus Arnael Putra Prasetya, Sri Aliami, Poniran Yudho Leksono	PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN BUS SUDIRO TUNGGU JAYA RUTE PONOROGO-TANGERANG
174	Nanda Affatul Aziziyah, Ema Nurzainul Hakimah	DAMPAK HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE
175	Puput Ayu Malinda ¹ , Dian Kusumaningtyas ² , Sigit Wisnu Setya Bhirawa ³	PENERAPAN SISTEM MANAJEMEN KESEHATAN DAN KESELAMATAN KERJA DI KANTOR DLHKP KOTA KEDIRI
176	Devita Anggara Putri, Bayu Surindra, Zainal Arifin	Pengaruh Motivasi, Keaktifan Dan Tingkat Pemahaman Terhadap Hasil Pembelajaran Daring Mata Pelajaran Kewirausahaan Siswa
177	Imelda Donasari Nanda Susena, Tjetjep Yusuf Afandi, Zainal Arifin	Pengaruh Persepsi Kualitas Brand Image Dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian HP Samsung
178	Ita Rosiana, Bayu Surindra, Efa Wahyu Prastyaningtyas	Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Minat Beli Mahasiswa Pada Belanja Online Shopee
179	Kinanti Tri Wardani, Bayu Surindra, Efa Wahyu Prastyaningtyas	Pengaruh Motivasi, Lingkungan Keluarga, Dan Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi
180	Devita Dwi Yuliara Hariyanti, Tjetjep Yusuf Afandi, Efa Wahyu Prastyaningtyas	Efektivitas Pembelajaran Online Dengan Menggunakan Google Classroom Terhadap Hasil Belajar
181	Meliza R. Rohmawati, Elis Irmayanti, Efa Wahyu Prastyaningtyas	Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Paket Data Pada Konter
182	Kinanti Tri Wardani ¹ , Bayu Surindra ² , Efa Wahyu Prastyaningtyas ³	Pengaruh Motivasi, Lingkungan Keluarga, Dan Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi
183	Muhammad Bahit ¹ , Nadia Puteri Utami ²	Analisis Bibliometrik Untuk Implementasi Enterprise Resource Planning (Erp)

184	Marshelina Putri Permata Sari ¹ , Phaureula Artha Wulandari ² , Muhammad Bahit ³	Perancangan Sistem Informasi Perhitungan Perjalanan Dinas Pada Balai Wilayah Sungai Kalimantan Iii Berbasis Web
185	Intan Paraswati ¹ , Phaureula Artha Wulandari ² , Muhammad Bahit ³	Sistem Informasi Akuntansi Perhitungan Insentif Operator Berbasis Web Pada Terminal Petikemas Banjarmasin Pt. Pelabuhan Indonesia Iii (Persero) Regional Kalimantan)
186	Dina Alafi Hidayatin ¹ , Mukti Prasaja ² , Latifah Anom ³ , Nurul Mazidah ⁴	Penguatan Usaha Bumdes Melalui Pelatihan Dasar Dan Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan
187	Ika Novaliana	Pengaruh Promosi Media Sosial Dan Harga Pada Kepuasan Konsumen Di Merdeka Cafe Nganjuk
188	Mustafidah Mahardhika ¹ , Dyan Arintowati ²	Disiplin Kerja Dan Fasilitas Kantor Dalam Mempengaruhi Kinerja Pegawai
189	Aguna Anugraha Wahyudi, Hendy Hermawan	Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Antara Perusahaan Farmasi Milik Negara (Bumh) Dengan Perusahaan Farmasi Milik Swasta (Bums) Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Periode 2015-2019)
190	Indyah Herdiyanti ¹ , Nur Laily Hawa E ²	Upaya Peningkatan Minat Beli Konsumen Pada Gaco Kopi Di Malang
191	Muhammad Budi Alifianto, Defia Nurbatin	Model Pengembangan Sistem Akuntansi Sebagai Kelola Informasi Akuntansi Pada Taman Pendidikan Al-Qur'an (Tppq) Nurul Huda Sukun Malang
192	Ika Romadhani, Dyah Suswanti Respatiningtias	Pelaksanaan Program Keluarga Harapan (Pkh) Guna Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Di Desa Balong Pacul Kecamatan Nganjuk Kabupaten Nganjuk
193	Umi Hidayati	Analisis Gaya Kepemimpinan Kepala Desa Dalam Mendukung Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa (Studi Kasus Bumdesa Long Jinawi Desa Galengdowo Kecamatan Wonosalam Kabupaten Jombang)
194	Suharto	Implementasi Lean Canvas Sebagai Upaya Meningkatkan Skill Entrepreneurship Mahasiswa Di Perguruan Tinggi
195	Leli Suryani	Analisis Study Kelayakan Do It Bigbar
196	Duwi Riningsih ¹ , Sudjiono ² , Meme Rukmini ³	Analisis Kebijakan Insentif Pajak Ppnbm Mobil Terhadap Penjualan Mobil Di Era Pandemi Covid-19
197	Meme Rukmini ¹ , Andy Chandra Pramana ² , Mukti Prasaja ³	Pengaruh <i>Debt Equity Ratio</i> , Komite Audit Dan Laba Operasi Terhadap <i>Audit Delay</i> Pada Bumh Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2020
198	Andy Chandra Pramana ¹ , Nonni Yap ² , Mukti Prasaja ³	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Menggunakan Transportasi <i>Online</i> Pada Mahasiswa Universitas Kadiri
199	Nonni Yap ¹ , Meme Rukmini ² , Andy Chandra Pramana ³	Pengaruh Gaya Kepemimpinan Terhadap Prestasi Kerja Di Universitas Kadiri
200	Krissantina Eferyn ¹ , Mukti Prasaja ² , Dwi Riningsih ³	Persepsi Pegawai Terhadap Pelaporan Spt Tahunan Dengan Menggunakan E-Filing
201	Krissantina Eferyn ¹ , Halimatus Sa'diyah ²	Akuntabilitas Dan Transparansi Pengelolaan Dana Desa Di Kecamatan Trenggalek Tahun 2017

202	F. Anif Farida	Pengaruh Pengembangan Karier Terhadap Organizational Citizenship Behavior Dengan Peran Mediasi Employee Engagement
203	Dyajeng Puteri Woro Subagio	The Influence Of Price Discount On Purchase Intention Of Online Products During Covid19 Pandemic In Indonesia: The Mediation Role Of Trust
204	Adetya Nuryahya ¹ , Eva Mufudah ² , Vita Fibriyani ³	Pengaruh Marketing Mix Terhadap Kepuasan Pengunjung Tempat Wisata Danau Ranu Grati Kabupaten Pasuruan
205	Muhammad Tahajjudi Ghifary ¹ , Esthi Putri Ardiyanti ²	<i>Cognitive Social Capital</i> Yang Memengaruhi Motivasi Dan Kepuasan Kerja Karyawan Pada Restaurant Pizza Hut
206	Halimatus Sa'diyah ¹ , Krissantina Eferyn ²	Analisis Indeksikalitas Dalam Pemaknaan Pembiayaan Hunian Syariah Di Pt. X <i>Developer & Kontraktor Syari'ah</i>
207	Siti Musyarofah	<i>Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, Pertumbuhan Laba Dan Return On Asset Terhadap Kualitas Laba</i>
208	Mgs.Prima Darma Putra,Wibowo,Henry Eryanto	Model Knowledge Sharing Di Pabrik Pt Pusri Palembang
209	Antaiwan Bowo Pranogyo ¹ , Muchlis R. Luddin ² , Thomas Suyatno ³	Kinerja Karyawan Terminal Petikemas Tanjung Priok: Studi Kasus Di Terminal Petikemas Koja
210	Indah Dwi Pramita Harahap ¹ , Deli Yanti Simbolon ² , Jenni Gultom ³	Efektifitas Penerapan Akuntansi Pertanggungjawaban Dalam Mengoptimalkan Kinerja Manajerial Pada Perusahaan Daerah Pajak Horas Jaya (Pdphj) Pematangsiantar
211	Afif Ramadhoni ¹ , Sarah Usman ² , Ted Matheus Suruan ³	Penggunaan Beasiswa Bidikmisi Pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Papua Pra Covid 19
212	Yani Dwi Restanti	Pengaruh <i>Price Discount</i> Dan <i>Bonus Pack</i> Terhadap <i>Impulse Buying Product Convenience Goods</i> Pada Masa Pandemi Covid '19 (Studi Pada Pelanggan Di Hypermart Kediri)
213	Sri Utami Hanggondosari	Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konveksi Batik "Bandar Kidul" Kediri
214	Aberona Thea Chenarani Surasno ¹ , Dwi Prasetyani ² ,Bhimo Rizky Samudro ³	Digitalisasi Sebagai Pengembangan Pengelolaan Pasar Tradisional (Studi Kasus : Pasar Depok Kota Surakarta)
215	Ririn Suharningsih ¹ , Yunus Harjito ² , Widi Hariyanti ³	Tinjauan <i>Good Corporate Governance</i> Dan <i>Corporate Social Responsibility</i> Pada Nilai Perusahaan Dengan Mediasi Kinerja Keuangan
216	Davoar Roga Shasena	Pengaruh Servant Leadership, Talent Management, Dan Knowledge Management Terhadap Kinerja Karyawan Pt Diara Kediri
217	Imannika Bima Nur Happy	Analisis Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Struktur Modal Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Ketepatan Waktu Penyampaian Laporan Keuangan

218	Febri Agung Wahyudi	Analisis Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada CV. Berkah Agung
219	Sigit Puji Winarko, Mohammad Tawakal Al Faruq	Analisis Manajemen Dan <i>Financial</i> Untuk Menilai Kesehatan Ksp Sakti Kota Kediri
220	Agnes Nuhulina Sabila	Analisis Pengaruh <i>E – Service Quality</i> , <i>E – Logistic</i> , Dan <i>E Customer Relationship Management</i> Terhadap Kepuasan Konsumen <i>Marketplace</i> Shopee
221	Novi Anita Mara ¹ , Sri Aliami ²	Penerapan <i>Value</i> Untuk Menciptakan <i>Heart Share</i> Pada Bolu Kering Mak Plengeh Di UD Wahyu Jaya Kota Kediri
222	Putri Indah Permatasari ¹ , M. Zuhdi Sasongko ²	Analisis Rasio Likuiditas, Solvabilitas Dan Rentabilitas Untuk Mengukur Kinerja Keuangan Pt Bisi International Tbk Periode 2017 - 2019
223	Yulianecha Cahyoningrum ¹ , Amat Pintu Batu Silalahi ² , Dhiyan Septa Wihara ³	Pengaruh Rekrutmen, Disiplin Kerja Dan Penempatan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Perusahaan Daerah Air Minum Kabupaten Nganjuk
224	Diyah Ayu Rahmawati Dewi ¹ , Poniran Yudho Leksono ²	Kepuasan Konsumen Ditinjau Dari Kualitas Produk, Harga, Dan <i>Atmosphere</i> Pada <i>Café Favorite</i> Di Bangunjaya
225	Alisa Mayaningrum, Hery Purnomo	Optimalisasi Persediaan Bahan Baku Bawang Goreng Di Sawung Tani Kab. Nganjuk
226	Vivinia Marcella Sari Dewi	Kinerja Keuangan Kota Kediri Ditinjau Dari Rasio Efektivitas, Efisiensi Dan Kemandirian Priode 2016-201
227	Safei Ricardyan	Pengaruh Kompenasi, Pengembangan Karir, Dan Pengawasan Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Uptd Pengelolaan Sumber Daya Air Gondang
228	Yosulung Putra Sauw Fa	Analisis Store Atmosphere, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Coffee Shop Belikopi Kediri
229	Wahyuni Sri Astutik	Pengaruh <i>Leverage</i> (Dar,Der) Terhadap (Roe) Pada Perusahaan Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2014

UPAYA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN MELALUI KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI PADA UD JAWA MANDIRI

Yanti Kusumawati¹, Samari², Hery Purnomo^{3*}

^{1,2,3*} Universitas Nusantara PGRI, Jl. K.H. Achmad Dahlan 76 Kediri Jawa Timur

^{3*} herypurnomo@unpkediri.ac.id

Abstract

The need for human consumption is unlimited. One of them is, the business of tofu producers can produce tofu that meets domestic food needs. UD Jawa Mandiri is engaged in tofu production that prioritizes marketing strategies. Research aims to find out the partial and simultaneous relationship, on the variable promotion, product quality and price to sales volume. The number of respondents used by 96 people using the accidental sampling approach. The analysis method uses multiple linear regression tests. Results indicate that the Product Quality variable (X1) has an influence on the sales volume (Y) of tofu products in UD. Jawa Mandiri partially amounted to 3,001 with a significance of 0.032. Variable Price (X2) has an influence on the sales volume (Y) of tofu products at UD. Jawa Mandiri partially amounted to 2,559 with a significance of 0.026. Variable Promotion (X3) has an influence on sales volume (Y) of tofu products at UD. Jawa Mandiri partially amounted to 2,667 with a significance of 0.030. Variable Product Quality (X1), Price (X2) and Promotion (X3) have an influence on sales volume (Y) of tofu products at UD. Jawa Mandiri simultaneously amounted to 5,705 with a significance of 0.025 with a total determination of 49%. UD. Jawa Mandiri must always be consistent in maintaining product quality, providing competitive prices and attractive promotional techniques to obtain sales volume value in accordance with the vision and mission established

Keywords: Price, Product Quality, Tofu, Promotion, Sales Volume

Abstrak

Kebutuhan konsumsi manusia tidak terbatas. Salah satunya yaitu, usaha produsen tahu dapat menghasilkan tahu yang memenuhi kebutuhan pangan dalam negeri. UD Jawa Mandiri bergerak di bidang produksi tahu yang mengutamakan strategi pemasaran. Penelitian bertujuan mengetahui hubungan parsial dan simultan, pada variabel promosi, kualitas produk dan harga terhadap volume penjualan. Jumlah responden yang digunakan sebesar 96 orang menggunakan pendekatan accidental sampling. Metode analisis menggunakan uji regresi linier berganda. Hasil menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk (X1) memiliki pengaruh terhadap volume penjualan (Y) produk tahu di UD. Jawa Mandiri secara parsial sebesar 3,001 dengan signifikansi sebesar 0,032. Variabel Harga (X2) memiliki pengaruh terhadap volume penjualan (Y) produk tahu di UD. Jawa Mandiri secara parsial sebesar 2,559 dengan signifikansi sebesar 0,026. Variabel Promosi (X3) memiliki pengaruh terhadap volume penjualan (Y) produk tahu di UD. Jawa Mandiri secara parsial sebesar 2,667 dengan signifikansi sebesar 0,030. Variabel Kualitas Produk (X1), Harga (X2) dan Promosi (X3) memiliki pengaruh terhadap volume penjualan (Y) produk tahu di UD. Jawa Mandiri secara simultan sebesar 5,705 dengan signifikansi sebesar 0,025 dengan determinasi seluruhnya adalah 49%. UD. Jawa Mandiri harus selalu konsisten dalam menjaga kualitas produk, memberikan harga kompetitif dan teknik promosi menarik untuk mendapatkan nilai volume penjualan sesuai visi dan misi yang dibentuk.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Tahu, Promosi, Volume Penjualan

PENDAHULUAN

Di era yang sekarang ini segala sesuatu yang berhubungan dengan bahan dasar olahan konsumsi manusia akan kebutuhan pangan setiap kali akan mengalami perubahan serta peningkatan, baik di dasari dalam bidang ekonomi, sosial, dan juga pengaruh pada pola konsumsi manusia dalam memenuhi kebutuhannya. Kebutuhan konsumsi manusia itu tidak terbatas, apabila sudah terpenuhi maka akan timbul kebutuhan lainnya yang berlandas dasarkan akan manfaat bagi kesehatan tubuh manusia [1]. Sekarang ini kebutuhan masyarakat akan pangan semakin meningkat, karena jumlah populasi manusia yang kini semakin meningkat, sehingga kebutuhan akan bahan pangan untuk di konsumsi setiap hari semakin bertambah banyak yang ingin menjadi pengusaha atau pelaku bisnis pangan, apalagi di zaman yang modern ini dan semakin berkembangnya kebutuhan konsumsi akan kebutuhan pangan yang berguna bagi tubuh manusia untuk dikonsumsi salah satunya yang mengandung protein terutama pada tahu.[2]

Kegiatan manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya dalam mengonsumsi serat yang berprotein seperti tahu, di Indonesia yang terus meningkat dari waktu ke waktu yang didasari oleh kebutuhan akan manfaat dari dalam sumber pangan nabati kandungan yang baik untuk tubuh yang berpotensi positif menyehatkan tubuh salah satunya yang mengandung protein, dan vitamin tentunya yang sangat baik untuk tubuh manusia [3]

Diharapkan pula adanya pasar yang selalu berpihak pada UMKM tahu menjadikan tahu sebagai pangan atau bahkan untuk ekspor. Hal tersebut tentunya membutuhkan suatu kinerja yang optimal dari beberapa pihak agar sistem pemasaran yang dapat berjalan sesuai dengan seharusnya. Kelembagaan sebagai pendukung yang berkaitan dengan daya saing menjadi keras dengan produksi tahu lokal, lebih tepatnya sistem produksi di dalamnya termasuk sistem hulu hingga hilir.[4]

Upaya dalam peningkatan kesejahteraan produsen tahu guna meningkatkan kualitas perekonomian yang maksimal dengan menghasilkan tahu sendiri maka mampu memenuhi kebutuhan pangan dalam negeri, mengingat kebutuhan bahan dasar akan produksi tahu sangat tinggi. Sehingga dapat dikatakan jika usaha dalam bidang bisnis pangan terutama tahu mempunyai prospek ekonomi strategis. Keuntungan pun akan didapatkan secara mudah bagi pelaku pebisnis produsen tahu.

UD Jawa Mandiri adalah perusahaan yang memproduksi pangan salah satunya adalah tahu yang mengutamakan strategi pemasaran. Perusahaan ini menyadari untuk menjaga kualitas produk, agar pihak konsumen merasakan tingkat kepuasan yang maksimal, dan sebanding dengan pengorbanan yang dikeluarkan.

Strategi pemasaran untuk menjalankan usahanya UD Jawa Mandiri menawarkan produk yang berupa jenis pangan tahu hasil yang di pasarkan oleh UD Jawa Mandiri adalah tahu dengan keunggulan produk dengan harga yang relatif terjangkau dan di dukung oleh pemberian pelayanan serta penyaluran distribusi yang ramah dan sopan yang diharapkan mampu meningkatkan kenyamanan. Selain itu untuk mempengaruhi keputusan pelanggan dalam memilih produk yang ditawarkan perusahaan tersebut.

Produk Kualitas tahu yang ditawarkan sangat berpengaruh dalam keputusan pembelian, apabila produk itu mempunyai kualitas yang baik dan dapat memberikan manfaat bagi konsumen maka akan sangat mempengaruhi konsumen dalam membeli produk. UD Jawa Mandiri sendiri sangat memperhatikan produknya dengan tetap menjaga kualitas produk tahu agar tetap bagus dimata konsumen akan tetapi jangka waktu keawetan tahu UD Jawa Mandiri sangat pendek hal itu yang menjadi masalah perusahaan dan harus segera diatasi

Penetapan harga oleh pelaku bisnis harus disesuaikan dengan dinamika yang terjadi. Hal ini akan berpengaruh pada konsumen dalam memutuskan pembelian [5]. Selain itu konsumen juga menginginkan harga produk yang sesuai dengan kualitas dari produk yang bersangkutan.

Dalam bisnis, kegiatan promosi adalah aktivitas yang meyakinkan pelanggan agar dapat membujuk pelanggan untuk membelinya [6]. Bisnis dalam cakupan umum untuk promosi merek produk dan pelayanan dengan melihat target dan menemukan kesan serta pesan untuk target . Alat promosi ini digunakan sebagai cara untuk meningkatkan citra publiknya [7].

Tujuan dari penelitian salah satunya untuk mengetahui promosi secara parsial berpengaruh terhadap volume penjualan pada UD Jawa Mandiri. Untuk mengetahui kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap volume penjualan. Untuk mengetahui secara parsial harga berpengaruh terhadap volume penjualan. Untuk mengetahui secara simultan promosi, kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap volume penjualan.

METODE

Variabel adalah objek yang ditentukan untuk dipelajari, dipelajari, dan kemudian dapat ditarik kesimpulan. Menurut [8], pengertian “variabel penelitian” adalah “atribut atau nilai seseorang, objek, atau aktivitas, yang mengalami perubahan tertentu, dan peneliti mengamati dan menarik kesimpulan.” Peneliti menggunakan dua data Variabel dalam penelitian ini variabel independen yaitu promosi, kualitas produk dan harga. Variabel dependen yaitu volume penjualan.

Tabel 1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Literatur
Kualitas Produk (X1)	Kualitas produk adalah salah satu sarana <i>positioning</i> utama pemasaran.	1. Daya tahan 2. Kualitas kinerja 3. Bentuk	Kotler & Armstrong (2006)
Harga (X2)	Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan sejumlah uang berdasarkan nilai tersebut seseorang bersedia melepaskan barang dan jasa yang dimiliki kepada pihak lain.	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Potongan harga khusus 4. Daya saing harga 5. Kesesuaian harga dengan manfaat	Kotler & Keller (2011)
Promosi (X3)	Promosi adalah upaya memberi tahu dan mengingatkan konsumen akan keberadaan barang atau jasa tersebut.	1. Periklanan 2. Penjualan personal 3. Promosi penjualan 4. Pemasaran langsung 5. Hubungan masyarakat	Lupiyoandi (2013)
Volume Penjualan (Y)	Volume penjualan merupakan sesuatu yang menandakan naik turunnya penjualan dan dapat dinyatakan dalam bentuk unit, kilo, ton atau liter.	1. Harga 2. Promosi 3. Kualitas 4. Saluran Distribusi	Marbun, et all (2016)

Sumber : Studi Pustaka diolah.

Pendekatan Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif. Populasi dari penelitian ini adalah konsumen di UD Jawa Mandiri yang melakukan transaksi di bulan Maret sampai Maret 2021 dengan jumlah pengunjung yang tidak diketahui. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *nonprobability* sampling, dengan metode *accidental* sampling. Pengambilan sampel dapat menggunakan rumus Rao purba [9] sebagai berikut :

$$n = \frac{z^2}{4(moe)^2} \frac{z^2}{4(moe)^2}$$

$$\frac{(1,96)^2}{4(10\%)^2} \frac{(1,96)^2}{4(10\%)^2}$$

- n = 96,4 = dibulatkan menjadi 97 Di mana:
n = Jumlah sampel
Z = 1,96 dengan tingkat kepercayaan 95%
Moe = *Margin of error* atau tingkat kesalahan maksimum 10%

Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah sebanyak 97 orang konsumen yang sedang melakukan transaksi di UD Jawa Mandiri.

Tabel 2. Instrumen Tingkat Kinerja Perusahaan

Variabel	Indikator	Butir Soal
Kualitas Produk	Daya tahan	2
	Kualitas kinerja	1
	Bentuk	2
Harga	Keterjangkauan harga	1
	Kesesuaian harga dengan kualitas	1
	Potongan harga khusus	1
	Daya saing harga	1
	Kesesuaian harga dengan manfaat	1
Promosi	Periklanan	1
	Penjualan personal	1
	Promosi penjualan	1
	Pemasaran langsung	1
	Hubungan masyarakat	1
Volume penjualan	Harga	2
	Promosi	1
	Kualitas	1
	Saluran distribusi	1

Sumber : Studi Pustaka diolah

Teknik pembuatan skala dalam penelitian ini termasuk dalam skala likert, yaitu berhubungan dengan pernyataan tentang sikap seseorang terhadap sesuatu yang terdiri dari 5 tingkatan [10]

Uji validitas digunakan untuk mengukur keabsahan atau validitas kuesioner. Jika pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner dapat mengungkapkan isi kuesioner yang akan diukur, maka kuesioner tersebut dikatakan valid. Oleh karena itu, validitas adalah untuk mengukur apakah pertanyaan-pertanyaan yang telah diajukan dalam angket benar-benar dapat mengukur isi yang diukur. Uji validitas dapat diketahui dengan melihat r hitung, jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai $\text{sig} < 0,05$ maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid [11]

Tabel 3. Uji Validitas Variabel Kualitas Produk

Atribut	R-tabel	Pearson Correlation	Kesimpulan
Produk tidak mudah rusak	0,2006	0,526	Valid
Produk tidak pernah mengalami kegagalan dalam desain produk yang mereka tawarkan	0,2006	0,453	Valid
Produk sudah di produksi sesuai dengan desain standar	0,2006	0,300	Valid
Produk menarik untuk dilihat	0,2006	0,411	Valid
Produk memiliki umur ekonomis yang tahan lama	0,2006	0,376	Valid

Sumber: Data primer, diolah.

Uji validitas Kualitas Produk (X1) menyatakan, atribut Produk tidak mudah rusak, Produk tidak pernah mengalami kegagalan dalam desain produk yang mereka tawarkan, Produk sudah di produksi sesuai dengan desain standar, Produk menarik untuk dilihat dan Produk memiliki umur ekonomis yang tahan lama dengan nilai *Pearson Correlation* > *R-tabel* (0,2006). Dengan demikian, uji validitas dinyatakan valid.

Tabel 4. Uji Validitas Harga

Atribut	Rtabel	Pearson Correlation	Kesimpulan
Harga terjangkau	0,2006	0,356	Valid
Harga sesuai kualitas	0,2006	0,573	Valid
Adanya diskon pada waktu tertentu	0,2006	0,372	Valid
Fasilitas pembayaran bisa menggunakan kartu kredit/debit	0,2006	0,430	Valid
Fasilitas pembayaran bisa menggunakan uang tunai	0,2006	0,505	Valid

Sumber: Data primer, diolah.

Uji validitas prosedur operasi menyatakan, atribut Harga terjangkau, Harga sesuai kualitas, Adanya diskon pada waktu tertentu, Fasilitas pembayaran bisa menggunakan kartu kredit/debit dan Fasilitas pembayaran bisa menggunakan uang tunai memiliki nilai *Pearson Correlation* > R-tabel (0,2006). Dengan demikian, uji validitas dinyatakan valid.

Tabel 5. Uji Validitas Variabel Promosi

Atribut	R-tabel	Pearson Correlation	Kesimpulan
Tampilan iklan di sosial media menarik dan mudah diingat dalam memperkenalkan produk	0,2006	0,364	Valid
Promosi penjualan melalui sosial media	0,2006	0,466	Valid
Banyaknya barang-barang baru yang ditawarkan membuat konsumen termotivasi untuk membeli	0,2006	0,599	Valid
Informasi dari penjelasan yang diberikan menarik, jelas, dan sesuai dengan kenyataan	0,2006	0,520	Valid
Promosi dilakukan di Kawasan ramai (Mall, tempat wisata) sehingga banyak pengunjung yang mengetahui tentang produk	0,2006	0,332	Valid

Sumber: Data primer, diolah.

Uji validitas produk dengan atribut Tampilan iklan di sosial media menarik dan mudah diingat dalam memperkenalkan produk, Promosi penjualan melalui sosial media, Banyaknya barang-barang baru yang ditawarkan membuat konsumen termotivasi untuk membeli, Informasi dari penjelasan yang diberikan menarik, jelas, dan sesuai dengan kenyataan, Promosi dilakukan di Kawasan ramai (Mall, tempat wisata) sehingga banyak pengunjung yang mengetahui tentang produk nilai *Pearson Correlation* > R-tabel (0,2006). Dengan demikian, uji validitas dinyatakan valid.

Tabel 6. Uji Validitas Variabel Volume Penjualan

Atribut	Rtabel	Pearson Correlation	Kesimpulan
Penjualan mengalami peningkatan	0,2006	0,655	Valid
Setiap bulannya selalu capai target	0,2006	0,477	Valid
Semua produk terjual dengan mudah	0,2006	0,424	Valid
Perusahaan tidak pernah kesulitan dalam memasarkan produk karena masyarakat sudah mengetahui produk	0,2006	0,428	Valid
Produk yang dijual sangat dibutuhkan masyarakat	0,2006	0,475	Valid

Sumber: Data primer, diolah.

Uji validitas penjualan (Y) menunjukkan bahwa atribut penjualan meningkat, target tercapai setiap bulan, semua produk mudah terjual, dan perusahaan tidak pernah kesulitan memasarkan produk, karena masyarakat sudah mengetahui produk dan produk yang dijual adalah apa. kebutuhan masyarakat dan memiliki korelasi *Pearson* Nilai > R-tabel (0,2006). Oleh karena itu, uji validitas dinyatakan valid.

Reliabilitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya (Ghozali 2011). Apabila variabel yang diteliti mempunyai nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 = maka variabel tersebut di katakan reliabel dan sebaliknya *Cronbach Alpha* < 0,60 = maka variabel tersebut tidak *reliable*, (Asnawi dan Masyhuri, 2011:170).

Tabel 7. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Item Atribut Pernyataan	Kesimpulan
Kualitas Produk (X1)	0,619	5	Reliabel Tinggi
Harga (X2)	0,630	5	Reliabel Tinggi
Promosi (X3)	0,664	5	Reliabel Tinggi
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,614	5	Reliabel Tinggi

Sumber: Data primer, diolah.

Uji reliabilitas dari seluruh variabel menyatakan, nilai Cronbach's Alpha > Cronbach's Alpha tabel (0,600). Uji reliabilitas dinyatakan reliabel

Sumber data utama adalah jenis dan sumber data penelitian yang diperoleh langsung dari sumber pertama (tidak melalui perantara), termasuk individu dan kelompok. Sehingga diperoleh data secara langsung. Data mentah digunakan secara eksklusif untuk menjawab pertanyaan penelitian. Penulis mengumpulkan data mentah melalui metode investigasi dan observasi. Metode survei adalah metode pengumpulan data mentah dengan menggunakan pertanyaan lisan dan tertulis. Penulis melakukan wawancara dengan pemilik usaha untuk mendapatkan data atau informasi yang dibutuhkan. Kemudian penulis juga menggunakan metode observasi untuk mengumpulkan data. Observasi adalah metode utama pengumpulan data dengan mengamati kegiatan dan peristiwa tertentu yang terjadi. Maka penulis datang ke lokasi bisnis untuk mengamati kegiatan yang terjadi di bisnis tersebut untuk mendapatkan data atau informasi yang sesuai dengan apa yang saya lihat dan sesuai dengan kenyataan.

Analisa Regresi Berganda, yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas dalam penelitian ini memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya.

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y= variabel terikat atau variabel yang di pengaruhi a = koefisien konstanta

b = konstanta perubahan variabel X terhadap Y X1 = variabel bebas Kualitas produk

X2 = variabel bebas Harga

e = error (tingkat kesalahan)

Koefisien Determinasi (R²) dalam penelitian ini perhitungan koefisien determinasi untuk mengukur dan menjelaskan variabel dependen. Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh seacara simultan variabel independen yaitu harga kualitas produk dan promosi terhadap variabel dependen yaitu volume penjualan. Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh seacara parsial variabel independen yaitu harga kualitas produk dan promosi terhadap variabel dependen yaitu volume penjualan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Uji normalitas dengan syarat Kolmogorov – Smirnov Test < signifikansi (2-tailed) sebesar 0,05 dinyatakan data tidak memiliki distribusi yang normal.

Tabel8. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardized Residual		
N		96
Normal Parameters	Mean	0,000
	Std. Deviation	3,37
Most Extreme Differences	Absolute	0,089
	Positive	0,089
	Negative	-0,78
Kolmogorov-Smirnov Z		0,867
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,439

Sumber : Data primer diolah .

Nilai Kolmogorov-Smirnov sebesar $0,867 > 0,05$ dan *test* pada Asymp. Sig. (2-Tailed) sebesar $0,439 > 0,05$. Dengan demikian, data terdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas untuk melakukan pengujian apakah terdapat multikolinearitas atau tidak adalah dengan menggunakan nilai Varian Inflation Factor (VIF). Jika nilai VIF < 10 dan nilai *tolerance* lebih besar dari $0,1$ (*tolerance* $> 0,1$), maka tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas.

Tabel 9. Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Kualitas Produk (X1)	.997	1.003
Harga (X2)	.988	1.012
Promosi (X3)	.989	1.011

Sumber : Output SPSS, diolah

Tabel 10. Uji Heterokedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 Constant	23,360	3,098
Kualitas Produk (X1)	.122	.121
Harga (X2)	.255	.113
Promosi (X3)	.179	.107

Dependent Variable: Volume Penjualan (Y)

Sumber : Output SPSS, diolah.

Dari seluruh variabel bebas memiliki masing-masing nilai *tolerance* $> 0,1$ adalah Kualitas Produk (X1), Harga (X2) dan Promosi (X3) dengan nilai VIF $< 10,000$ dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Heterokedastisitas adalah nilai Coefficients B Regression $< 0,05$. Sedangkan regresi dikatakan tidak terdeteksi heteroskedastisitasnya Coefficients B Regression $> 0,05$.

Pada uji heterokedastisitas, menyatakan nilai Coefficients B pada Kualitas Produk (X1), Harga (X2), Promosi (X3) memiliki nilai $> 0,05$ sehingga tidak terjadi heterokedastisitas.

Uji Linearitas sebagai berikut:

Tabel 11. Uji Linieritas

Variabel Bebas	Deviation from Linierity	Kesimpulan
Kualitas Produk (X1) (X1)	1,372	Hubungan linier
Harga (X2) (X2)	1,068	Hubungan linier
Promosi (X3) (X3)	1,123	Hubungan linier

Sumber : Output SPSS, diolah.

Pada uji linieritas, hasil menyatakan variabel yang digunakan memiliki nilai *Devian From Linierity* $> 0,05$. Sehingga dinyatakan memiliki hubungan linier. Dominan paling besar adalah uji linieritas pada variabel Kualitas Produk (X1) sebesar 1,372 satuan.

Uji regresi linier berganda yang terbentuk sebagai berikut :

Tabel 12. Model Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients	
		B Coefficients	Std. Error
1	(Constant)	23,360	3,098
	Kualitas Produk (X1) (X1)	.122	.121
	Harga (X2) (X2)	.255	.113
	Promosi (X3) (X3)	.179	.107

a. Dependent Variable: Volume Penjualan (Y)

Sumber : Output SPSS, diolah

Pemodelan regresi linier berganda berdasarkan, sebagai berikut :

$$Y = 23,360 + (0,122)X_{\text{Kualitas Produk (X1)}} + (0,255)X_{\text{Harga (X2)}} + (0,179)X_{\text{Promosi (X3)}}$$

Pemodelan regresi ini, memiliki arti sebagai berikut :

Nilai konstan sebesar 23,360, memiliki arti apabila variabel dari variabel Kualitas Produk (X1) (X1), Harga (X2) (X2), Promosi (X3) (X3), dinyatakan konstan yang menyebabkan Volume Penjualan (Y) meningkat sebesar 23,360 satuan.

Koefisien Kualitas Produk (X1) (X1) sebesar (0,122), memiliki arti apabila variabel Kualitas Produk (X1) (X1) ditambah nilai 1% dan variabel independen dalam penelitian ini bernilai tetap, akan meningkatkan nilai Volume Penjualan (Y) sebesar 0,122.

Koefisien Harga (X2) (X2) sebesar (0,255) memiliki arti apabila variabel Harga (X2) (X2) ditambah nilai 1% dan variabel independen dalam penelitian ini bernilai tetap, akan meningkatkan nilai Volume Penjualan (Y) sebesar 0,255 satuan.

Koefisien Promosi (X3) (X3) sebesar 0,179 memiliki arti apabila variabel Promosi (X3) (X3) ditambah nilai 1% dan variabel independen dalam penelitian ini bernilai tetap, akan meningkatkan nilai Volume Penjualan (Y) sebesar 0,179.

Uji Koefisien Determinasi.

Tabel 13. Uji Determinasi

Model	R	R Square Adjusted	R Square
1	0,469	0,490	0,581

Sumber : Output SPSS, diolah

Pada uji koefisien determinasi, menunjukkan variabel Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan Promosi (X3) memberikan pengaruh Volume Penjualan (Y) sebesar 0,557 atau 55,7%. Sisanya sebesar $100\% - 55,7\% = 44,3\%$ tidak dapat memberikan pengaruh karena tidak ada variabel lainnya, selain tersebut di atas

Uji Parsial (Uji T)

Tabel 14. Uji Parsial

Model	t	Sig.
1 Kualitas Produk (X1)	3,001	0,032
Harga (X2)	2,559	0,026
Promosi (X3)	2,667	0,030

Sumber : Output SPSS, diolah

Nilai df berasal dari jumlah responden sebanyak 96 sebagai pelanggan dikurangi jumlah variabel bebas dan terikat sebanyak 4. Dengan demikian, nilai $df = 96 - 4 = 92$ satuan.

$$92 = \frac{\alpha}{2} 92 = \frac{\alpha}{2}$$

$$92 = \frac{0,05}{2}$$

-> $92 = 0,02592 = 0,02592 \times 1,985$.

Pada nilai t hitung seukuran variabel bebas, yaitu Kualitas Produk (X1) sebesar 3,001 satuan. Harga (X2) sebesar 2,559 satuan. Promosi (X3) sebesar 2,667 satuan. Masing-masing nilai t hitung lebih dari nilai t tabel dan dinyatakan memiliki pengaruh secara parsial dan signifikan terhadap Volume Penjualan (Y).

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 15. Uji Simultan

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	95.469	3	31.823	5.705	0.025a
Residual	1082.489	92	11.766		
Total	1177.958	95			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X1), Harga (X2), Promosi (X3)

b. Dependent Variable: Volume Penjualan (Y)

Sumber : Output SPSS, diolah.

Nilai F-hitung sebesar 5,705 satuan. Untuk mengetahui pengaruh simultan atau tidaknya dengan menghitung nilai F-tabel terlebih dahulu. Nilai F-tabel menggunakan cara :

$$df1 = k - 1 = 3 - 1 = 2 \quad df2 = n - k = 96 - 3 = 92$$

Nilai $df1 = 2$ dan $df2 = 92$. Maka, F-tabel sebesar 2,703. Nilai F-hitung sebesar $5,705 > F$ -tabel sebesar 2,703. Berarti, dinyatakan simultan dengan tingkat signifikan sebesar $0,025 < 0,05$.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Produk (X1) Variabel Terhadap Volume Penjualan (Y). Variabel Kualitas Produk (X1) memiliki pernyataan atribut sejumlah 5 butir. Nilai validitas untuk Produk tidak mudah rusak sebesar 0,526. Produk tidak pernah mengalami kegagalan dalam desain produk yang mereka tawarkan sebesar 0,452. Produk sudah di produksi sesuai dengan desain standar sebesar 0,300. Produk menarik untuk dilihat sebesar 0,411. Produk memiliki umur ekonomis yang tahan lama sebesar 0,376. Berarti, pernyataan ini valid yang didukung dengan konsistensi sebesar 0,619.

Pemodelan regresi menunjukkan bahwa secara konstan seluruh variabel akan mendapatkan nilai sebesar 23,360 satuan dengan kesalahan sebesar 3,098 satuan. Berarti, setiap kegiatan yang menghasilkan nilai 23,360 satuan akan memberikan kesalahan kerja sebesar 3,098 satuan. Berbeda dengan Variabel Kualitas

Produk (X1) secara regresi sendiri akan memberikan aktivitas 0,122 satuan yang menyebabkan kesalahan sebesar 0,121 satuan. Berarti, risiko secara regresi sendiri – sendiri lebih besar.

Peninjauan parsial memberikan nilai sebesar 3,001 satuan dengan ketidakpercayaan sebesar 0,032. Berarti, setiap Variabel Kualitas Produk (X1) bekerja secara sendiri – sendiri dengan uji T, akan menyebabkan ketidakpercayaan oleh variabel lain sebesar 3,2% dengan aktivitas yang dicapai sebesar 3,001 satuan. Secara signifikan telah layak memenuhi nilai kurang dari *alpha* sebesar 5%.

Kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap volume penjualan, hasil ini sesuai dengan penelitian sebelumnya seperti penelitian (Tumbel and Moku 2015), penelitian tersebut sama-sama menemukan bahwa variabel produk khususnya produk yang berkualitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap volume penjualan dengan nilai 1,725 dan signifikansi sebesar 0,001.

Kualitas produk menjadi bagian penting dalam meningkatkan volume penjualan produk (Y). Kualitas produk berperan dalam mencapai nilai – nilai kondisi fisik, sifat dan fungsi produk itu sendiri [12]. Pernyataan kualitas produk menjadi parameter penting, karena Volume penjualan akan meningkat dengan dukungan kualitas produk yang dipasarkan.

Produk tahu paling baik adalah mengutamakan kualitas produk. Penelitian ini sangat rinci dalam meningkatkan volume penjualan produk tahu di UD. Jawa Mandiri. Kualitas produk tahu sebagai daya tarik bagi konsumen yang melakukan pembelian baik secara satuan maupun dalam jumlah grosir. Mutu yang ditingkatkan akan menjadikan alat pemasaran sebagai peningkatan volume penjualan.

Pengaruh Harga (X2) Terhadap Volume Penjualan (Y). Variabel Harga (X2) memiliki pernyataan atribut sejumlah 5 butir. Nilai validitas untuk Harga terjangkau sebesar 0,356. Harga sesuai kualitas sebesar 0,573. Adanya diskon pada waktu tertentu sebesar 0,372. Fasilitas pembayaran bisa menggunakan kartu kredit/debit sebesar 0,430. Fasilitas pembayaran bisa menggunakan uang tunai sebesar 0,505. Tingkat konsistensi adalah tinggi dengan bukti nilai sebesar 0,630.

Pemodelan regresi menunjukkan bahwa secara konstan seluruh variabel akan mendapatkan nilai sebesar 23,360 satuan dengan kesalahan sebesar 3,098 satuan. Berarti, setiap kegiatan yang menghasilkan nilai 23,360 satuan akan memberikan kesalahan kerja sebesar 3,098 satuan. Berbeda dengan Variabel Harga (X2) secara regresi sendiri akan memberikan aktivitas 0,255 satuan dengan tingkat kesalahan sebesar 0,113 satuan. Berarti, secara regresi sendiri – sendiri setiap aktivitas akan memberikan dampak kesalahan hampir mencapai 50%.

Peninjauan parsial memberikan nilai sebesar 2,559 satuan dengan ketidakpercayaan sebesar 0,026. Berarti, setiap Variabel Harga (X2) bekerja secara sendiri – sendiri dengan uji T, akan menyebabkan ketidakpercayaan oleh variabel lain sebesar 2,5% dengan aktivitas yang dicapai sebesar 2,559 satuan. Secara signifikan telah layak memenuhi nilai kurang dari *alpha* sebesar 5%.

Variabel harga (X2) secara individu memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel tingkat penjualan (Y), hal ini dapat dilihat pada nilai koefisien regresi yang positif (3,750) > tabel (2,042) dan angka signifikansi sebesar 0,001 (lebih kecil dari 0,05) yang dilakukan oleh [13]. Hasil ini sesuai dengan penelitian sebelumnya dinyatakan searah.

Harga adalah suatu nilai tukar dalam proses pembelian. Harga memberikan peran penting yang bersifat kompetitif, potongan harga dan teknologi [14]. Pernyataan harga memiliki peran positif sebagai bukti bahwa harga memang menjadi parameter penting dalam meningkatkan Volume penjualan.

Konsistensi suatu harga dalam produk, khususnya produk tahu sebagai persepsi konsumen. Persepsi konsumen mengharapkan harga yang kompetitif dan mampu pembelian secara berkala. Suatu harga dapat menjadi tolak ukur persaingan dengan kompetitor lain. UD. Jawa Mandiri menerapkan sistem harga yang mampu dijangkau oleh konsumen yang melakukan pembelian. Penelitian ini, secara dominan tingkat konsumen menggunakan sasaran dosen, guru, pegawai negeri dan pihak lainnya (umum).

Pengaruh Promosi (X3) Terhadap Volume Penjualan (Y). Variabel Promosi (X3) memiliki pernyataan sebanyak 5 butir. Nilai validitas untuk Tampilan iklan di sosial media menarik dan mudah diingat dalam memperkenalkan produk sebesar 0,364. Promosi penjualan melalui sosial media sebesar 0,466. Banyaknya barang-barang baru yang ditawarkan membuat konsumen termotivasi untuk membeli sebesar 0,599. Informasi dari penjelasan yang diberikan menarik, jelas, dan sesuai dengan kenyataan sebesar 0,520. Promosi dilakukan di Kawasan ramai (Mall, tempat wisata) sehingga banyak pengunjung yang mengetahui tentang produk sebesar 0,332. Tingkat konsistensi adalah tinggi dengan bukti nilai sebesar 0,664.

Pemodelan regresi menunjukkan bahwa secara konstan seluruh variabel akan mendapatkan nilai sebesar 23,360 satuan dengan kesalahan sebesar 3,098 satuan. Berarti, setiap kegiatan yang menghasilkan nilai 23,360 satuan akan memberikan kesalahan kerja sebesar 3,098 satuan. Berbeda dengan Variabel Promosi (X3)

secara regresi sendiri akan memberikan aktivitas 0,179 satuan dengan tingkat kesalahan sebesar 0,107 satuan. Berarti, secara regresi sendiri – sendiri setiap aktivitas akan memberikan dampak kesalahan kurang dari 50%.

Peninjauan parsial memberikan nilai sebesar 2,667 satuan dengan ketidakpercayaan sebesar 0,030. Berarti, setiap Variabel Promosi (X3) bekerja secara sendiri – sendiri dengan uji T, akan menyebabkan ketidakpercayaan oleh variabel lain sebesar 3% dengan aktivitas yang dicapai sebesar 2,667 satuan. Secara signifikan telah layak memenuhi nilai kurang dari α sebesar 5%.

Variabel harga (X2) secara individu nilai t hitung 5,247 dengan tingkat signifikansi 0,000. Jadi diperoleh t hitung $5,247 > 1,660$ (t tabel) dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ nilai signifikansi tersebut lebih kecil. Karena nilai t hitung lebih besar dibandingkan t tabel, maka disimpulkan bahwa variabel promosi berpengaruh dan signifikan terhadap volume penjualan yang dilakukan oleh (Doloksaribu and Agung Wibowo 2017). Hasil ini sesuai dengan penelitian sebelumnya dinyatakan searah.

Harga adalah suatu nilai tukar dalam proses pembelian. Harga memberikan peran penting yang bersifat kompetitif, potongan harga dan teknologi. Pernyataan harga memiliki peran positif sebagai bukti bahwa harga memang menjadi parameter penting dalam meningkatkan Volume penjualan.

Promosi sebagai alat pemasaran yang umum digunakan. Promosi yang dilakukan oleh UD. Jawa Mandiri konsistensi pada nilai – nilai teknologi, informasi menarik dan varian produk untuk dipasarkan. UD. Jawa Mandiri, telah memiliki sasaran konsumen sebagai target utama yang dijangkau.

Pengaruh Kualitas Produk (X1), Harga (X2) dan Promosi (X3) Terhadap Volume Penjualan (Y). Variabel Kualitas Produk (X1), Harga (X2) dan Promosi (X3) telah dibahas secara validitas dan konsistensi bersifat secara variabel independen. Sedangkan tolak ukur penelitian ini menggunakan variabel Volume Penjualan (Y) sebagai variabel terikat.

Volume Penjualan (Y) memiliki pernyataan sebanyak 5 butir. Nilai validitas Penjualan mengalami peningkatan sebesar 0,655. Setiap bulannya selalu capai target sebesar 0,477. Semua produk terjual dengan mudah sebesar 0,424. Perusahaan tidak pernah kesulitan dalam memasarkan produk karena masyarakat sudah mengetahui produk sebesar 0,428. Produk yang dijual sangat dibutuhkan masyarakat sebesar 0,475. Tingkat konsistensi adalah tinggi dengan bukti nilai sebesar 0,614.

Pemodelan regresi linier berganda untuk memberikan pengaruh terhadap Volume Penjualan (Y) dengan dukungan variabel independen meliputi Kualitas Produk (X1), Harga (X2) dan Promosi (X3) yaitu:

$$Y = 23,360 + (0,122)X_{\text{Kualitas Produk (X1)}} + (0,255)X_{\text{Harga (X2)}} + (0,179)X_{\text{Promosi (X3)}}$$

Secara konstan, nilai yang dihasilkan sebesar 23,360 satuan dengan peningkatan kualitas produk sebesar 0,122 satuan, peningkatan harga sebesar 0,255 satuan dan peningkatan promosi sebesar 0,179 satuan. Pemodelan regresi linier berganda tidak menunjukkan nilai negatif, tetapi nilai positif. Berarti, setiap aktivitas yang dilakukan oleh variabel Kualitas Produk (X1), Harga (X2) dan Promosi (X3) selalu memberikan peningkatan volume penjualan (Y).

Peninjauan secara ANOVA sebesar 5,705 dengan ketidakpercayaan sebesar 0,025. Berarti secara bersama – sama variabel Kualitas Produk (X1), Harga (X2) dan Promosi (X3) memberikan peran aktivitas sebesar 5,705 terhadap peningkatan volume penjualan (Y). Di mana tingkat kepercayaan sebesar 2,5% yang menunjukkan taraf kepercayaan mencapai kurang dari 5% dinyatakan signifikan.

Keberhasilan penelitian ini sebesar 0,490 ditinjau dari determinasi R Square. Berarti, sebesar 49% variabel Kualitas Produk (X1), Harga (X2) dan Promosi (X3) dapat memberikan pengaruh terhadap volume penjualan (Y). Nilai determinasi ini secara utuh adalah 100%. Jika hanya mendapatkan 49%, sisanya sebesar 51% tidak dijelaskan oleh variabel yang digunakan dalam penelitian.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis hasil pembahasan dan uji hipotesis penelitian yang telah dilakukan sebelumnya maka dari penelitian ini dapat ditarik simpulan Variabel Kualitas Produk (X1) memiliki pengaruh terhadap volume penjualan (Y) produk tahu di UD. Jawa Mandiri secara parsial sebesar 3,001 dengan signifikansi sebesar 0,032. Variabel Harga (X2) memiliki pengaruh terhadap volume penjualan (Y) produk tahu di UD. Jawa Mandiri secara parsial sebesar 2,559 dengan signifikansi sebesar 0,026. Variabel Promosi (X3) memiliki pengaruh terhadap volume penjualan (Y) produk tahu di UD. Jawa Mandiri secara parsial sebesar 2,667 dengan signifikansi sebesar 0,030. Variabel Kualitas Produk (X1), Harga (X2) dan Promosi (X3) memiliki pengaruh terhadap volume

penjualan (Y) produk tahu di UD. Jawa Mandiri secara simultan sebesar 5,705 dengan signifikansi sebesar 0,025 dengan determinasi seluruhnya adalah 49%.

Bagi UD. Jawa Mandiri, peningkatan Volume penjualan sebagai bukti, bahwa produk tahu bukan lagi produk jaman dulu. Melainkan tahu sebagai produk kuliner yang saat ini sangat di tingkatkan variasi masakan dan tingkat pemasarannya agar tidak kalah dengan produk modern. Produk tahu yang mengutamakan kualitas produk, harga dan promosi dapat digunakan acuan dalam meningkatkan volume penjualan. UD. Jawa Mandiri harus selalu konsisten dalam menjaga kualitas produk, memberikan harga kompetitif dan teknik promosi menarik untuk mendapatkan nilai volume penjualan sesuai visi dan misi yang dibentuk.

Bagi Peneliti Selanjutnya, masalah yang tidak dibahas dalam penelitian ini adalah uji analisa jalur pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat dilakukan uji analisa jalur dengan variabel yang sama maupun ditambah variabel lagi.

DAFTAR RUJUKAN

- [1] Kurniawati A. ANALISIS KEPUTUSAN LOKASI USAHA, PROMOSI, DAN BRAND DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA CV. SAHA PERKASA GAJAH MADA TULUNGAGUNG. Fak Ekon DAN BISNIS Islam Inst AGAMA Islam NEGERI TULUNGAGUNG 2018.
- [2] Midayanto DN, Yuwono SS. SEBAGAI SYARAT TAMBAHAN DALAM STANDAR NASIONAL INDONESIA Determination of Quality Attribute of Tofu Texture to be Recommended as an Additional Requirement in Indonesian National Standard. Pangan dan Agroindustri 2014;2:259–67.
- [3] Diana FM. Fungsi dan Metabolisme Protein dalam Tubuh Manusia. J Kesehat Masy 2009;4:49.
- [4] Wibowo DH, Arifin Z, Sunarti. ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM (Studi pada Batik Di Jeng Solo). J Adm Bisnis 2015;29:59–66.
- [5] Purnomo H, Sardanto R, Muslih B. Signifikansi Prediktor Kepuasan Konsumen Jasa Hotel. 1 ed. Nganjuk: CV. Ajie Media Nusantara, Nganjuk; 2020.
- [6] Tjiptono, F. DA. Pemasaran Esensi dan Aplikasi. Yogyakarta: Andi; 2016.
- [7] Ichsanudin, Purnomo H. Monograf: Analisis Gaya Hedonis, Status Sosial, Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek. 1 ed. Bandung: Media Sains Indonesia, Bandung; 2021.
- [8] Sugiyono. Metodologi Penelitian Bisnis. 8 ed. Bandung : Alfabeta; 2016.
- [9] Arikunto. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta; 2013.
- [10] Sujarweni. Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, Yogyakarta.; 2014.
- [11] Tjiptono F. Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian. 11 ed. Yogyakarta: Andi Offset; 2019.
- [12] Tjiptono F, Chandra G. Service, Quality & satisfaction. 4 ed. Yogyakarta: Andi Offset; 2016.
- [13] Purnomo H, Sardanto R, Muslih B. Signifikansi harga, fasilitas dan layanan terhadap kepuasan konsumen jasa hotel. J Ekon Bisnis dan Manaj; STIE MUhammadiyah Jakarta 2021;11:67–78. <https://doi.org/https://doi.org/10.37932/j.e.v11i1.167>.
- [14] Ratnanto S, Purnomo H. Substansial Kepuasan Konsumen Rumah Makan “ Soto Dok Lamongan ” Nganjuk. SENMEA V Call Pap. Fak. Ekon. Dan Bisnis, UNPGRI Kediri, 2020, hal. 542–50.