



Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Volume Penjualan Usaha Toko Kopi Seduh

Nahar Zulfah Fadilah¹, Moh. Supendi²

¹ Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka, naharzulfahfadilah@gmail.com

² Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka, moh_supendi@uhamka.ac.id

Abstrak

Perubahan gaya hidup masyarakat seiring perkembangan zaman memberi pengaruh pada dunia bisnis. Salah satu bisnis yang terpengaruh oleh perubahan yang terjadi yaitu dalam industri kopi. Tingginya tingkat konsumsi kopi di Indonesia menyebabkan pelaku usaha memanfaatkan peluang untuk membuka kedai kopi. Dalam menghadapi persaingan, pelaku usaha harus menyusun strategi yang berorientasi pada kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka dapat meningkatkan pendapatan bisnis kedai kopi tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap volume penjualan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuantitatif asosiatif. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 sampel dengan teknik *probability sampling* yang dilakukan di Toko Kopi Seduh Jagakarsa. Teknik analisis data yang digunakan ialah uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji linearitas regresi, analisis regresi sederhana, uji koefisien korelasi dan koefisien determinasi, uji statistik t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan sebesar 43,2% terhadap volume penjualan usaha Toko Kopi Seduh. Maka dari itu, para pelaku usaha kedai kopi patut mempertahankan serta meningkatkan kualitas pelayanan guna meningkatkan pendapatan dalam volume penjualan usaha.

Kata Kunci: Kedai kopi, Kualitas Pelayanan, Volume Penjualan.

Abstract

Changes in people's lifestyles over time have had an impact on the business world. One of the businesses affected by the changes that have occurred is the coffee industry. The high level of coffee consumption in Indonesia causes businesses to take advantage of opportunities to open coffee shops. In facing competition, business actors must develop strategies that are oriented toward customer satisfaction. One of the factors that influence customer satisfaction is service quality. The better the quality of service provided, the more revenue the coffee shop business can increase. This research was conducted to determine the effect of service quality on sales volume. This research uses the associative quantitative method. The number of samples used was 100 samples with a probability sampling technique which was carried out at the Jagakarsa Seduh Coffee Shop. The data analysis technique uses the classic assumption test, namely the normality test, regression linearity test, simple regression analysis, correlation coefficient test and coefficient of determination, t statistical test. The result showed that service quality had a positive and significant effect of 43,2% on the sales volume of the Seduh Coffee Shop business. Therefore, coffee shop business actors should maintain and improve service quality to increase revenue in business sales volume.

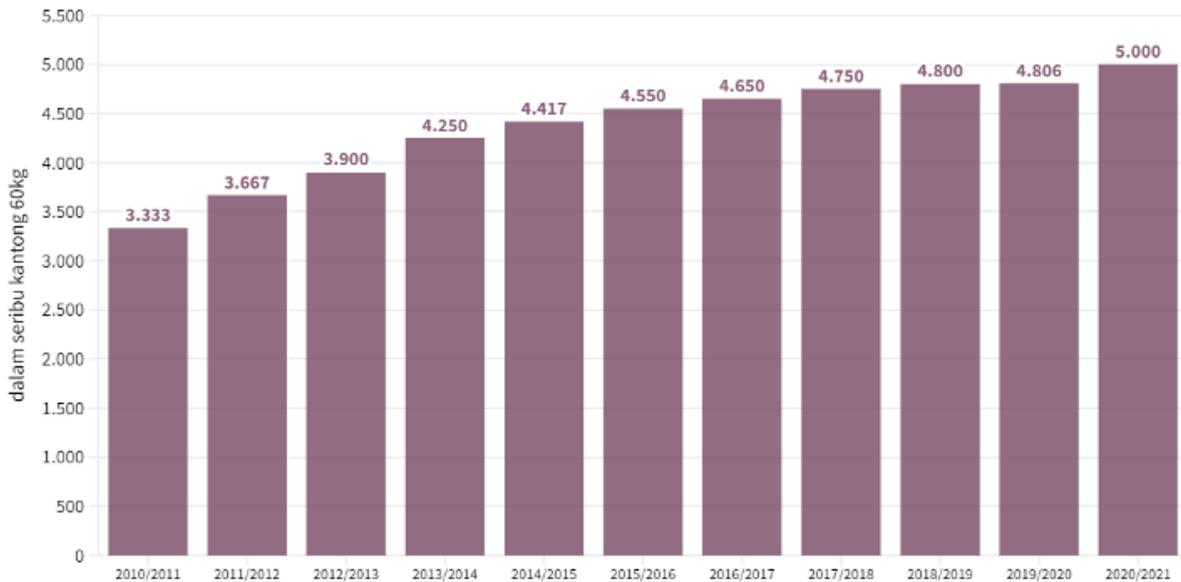
Keywords: Coffee Shop, Service Quality, Sales Volume.

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman saat ini menyebabkan perekonomian yang terus berkembang dengan pesat. Perkembangan ini membawa perubahan pada sosial ekonomi sehingga menjadi tantangan pada dunia bisnis untuk bersaing dalam memenuhi pasar. Para pelaku usaha dalam berbagai jenis kategori bisnis harus memahami setiap perubahan yang terjadi agar dapat memenuhi kepuasan konsumen sebagai tujuan utama (Poha et al., 2022).

Dalam memenuhi kebutuhan konsumen, para pelaku usaha dituntut mampu bersaing, baik untuk usaha yang sejenis ataupun tidak sejenis. Pelaku usaha diharapkan dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang sesuai dengan kebutuhan seiring berkembangnya zaman. Selain itu, para pelaku usaha harus mampu memenuhi tuntutan konsumen terkait pelayanan yang lebih berkualitas. Satu hal yang harus diperhatikan dalam menjalankan usaha yaitu pelayanan yang diberikan oleh usaha tersebut kepada konsumen. Proses jual beli dalam usaha tidak akan terjadi jika tidak ada konsumen pada usaha tersebut (Sasangka & Rusmayadi, 2018).

Salah satu bentuk usaha yang merasakan dampak perkembangan zaman saat ini adalah industri kopi. Masyarakat Indonesia saat ini lebih banyak menghabiskan waktu di luar rumah untuk silaturahmi, rapat bersama kolega, dan lain-lain. Perubahan gaya hidup masyarakat membuat pertumbuhan industri kopi semakin meningkat. Pertumbuhan industri kopi yang disebabkan gaya hidup yang berubah dimanfaatkan oleh para pelaku usaha untuk memperluas potensi perkembangan dalam bisnis kedai kopi (Nanincova, 2019).



Gambar 1. Kerangka Penelitian

(Sumber: International Coffee Organization (ICO))

Menurut data *International Coffee Organization* (2022), Indonesia merupakan negara yang mengkonsumsi kopi terbesar kelima di dunia. Selain itu, produksi kopi di Indonesia pada tahun 2021 mencapai 786,2 ribu ton (BPS, 2021). Jumlah produksi kopi di Indonesia mengalami kenaikan setiap tahun. Hal tersebut menjadi kesempatan besar untuk pelaku usaha meningkatkan bisnis kedai kopi.

Tabel 1
Perkiraan Jumlah Kedai Kopi di Indonesia 2019-2023

Tahun	Jumlah Kedai Kopi
2019	< 7.000
2020	< 8.000
2021	< 9.000
2022	< 9.500
2023	< 10.000

Sumber : (Solusi Bisnis, 2023)

Peningkatan jumlah konsumsi kopi memberi dampak pada bisnis kedai kopi saat ini. Peningkatan jumlah permintaan pada minuman kopi semakin berkembang, sehingga banyak pelaku usaha mencoba ke dalam bisnis kedai kopi. Keadaan persaingan yang ketat, pelaku usaha kedai kopi memerlukan strategi untuk meminimalisir penurunan omzet. Salah satu cara yang dapat digunakan yaitu mengarah pada kepuasan konsumen yang sesuai dengan keinginan konsumen tersebut, sehingga dapat mempertahankan konsumen.

Salah satu komponen yang dapat memberi pengaruh pada kepuasan konsumen ialah kualitas layanan. Pelayanan dalam usaha yang tidak optimal memberikan pengaruh pada kepuasan konsumen, sehingga secara tidak langsung akan mempengaruhi keberlangsungan usaha (Indajang et al., 2023). Kepuasan konsumen terhadap layanan yang didapatkan akan dibandingkan dengan layanan yang diterima ditempat lain (Sunarsi & Baharuddin, 2019). Kualitas layanan menjadi suatu wujud tolak ukur evaluasi konsumen terhadap pelayanan yang diberikan (Rustantono et al., 2023). 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 merupakan harapan konsumen terhadap pelayanan yang didapatkan. Jika harapan konsumen lebih besar dari kinerja karyawan, maka kualitas yang didapatkan kurang memuaskan dan sebaliknya.

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. Maka dari itu, layanan yang diberikan secara efektif dilakukan guna menjalin hubungan yang baik dengan konsumen (Mulyawan, 2016). Kualitas layanan yang baik senantiasa menjaga citra usaha menjadi tantangan dan perhatian dalam menjalankan usaha (Hutabarat et al., 2018). Kualitas layanan yang baik akan memberi pengaruh bagi usaha, konsumen akan menjadi pelanggan yang loyal, sehingga memberikan keberuntungan bagi usaha tersebut (Anugrah & Sudarmayasa, 2020). Dalam menjalankan suatu usaha, keuntungan memegang peran penting yang diperhatikan oleh pemilik usaha tersebut (Siregar et al., 2023). Semakin baik kualitas pelayanan yang diperoleh konsumen, maka semakin loyal konsumen tersebut. Kualitas layanan dikatakan buruk jika usaha tersebut memberikan layanan kepada konsumen tidak sesuai dengan harapan, sehingga kualitas dinilai buruk oleh konsumen (Yusuf et al., 2022).

Kualitas layanan yang diterima oleh konsumen pada dasarnya tidak berwujud, namun berbentuk sejenis jasa (Gofur, 2022). Terdapat beberapa komponen penilaian yang menggambarkan tanggapan konsumen dalam kinerja layanan, yaitu terdapat lima dimensi ServQual (*Service Quality*) yang digunakan untuk menilai kualitas layanan yaitu bukti fisik

(*tangibles*), reliabilitas (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*) (Napitupulu et al., 2021).

Menurut Tjiptono, kualitas layanan memiliki ikatan yang kuat dengan kepuasan konsumen (Sasangka & Rusmayadi, 2018). Untuk mencapainya, pengelola memerlukan upaya pemenuhan keinginan pelanggan atau konsumen (Sudirman, 2020). Kualitas pelayanan memberikan pengaruh kepada kepuasan konsumen untuk menjalin hubungan dengan usaha tersebut. Pengaruh kualitas layanan tidak hanya pada kepuasan konsumen, tetapi pada kepercayaan konsumen sehingga memutuskan kembali menjadi pelanggan (Rita et al., 2019). Keputusan konsumen untuk kembali menjadi pelanggan akan memberikan pengaruh pada volume penjualan (Suardika & Sari Dewi, 2021). Dengan demikian, volume penjualan akan mengalami peningkatan berdasarkan pengalaman konsumen yang menyenangkan dan kualitas layanan yang diberikan oleh usaha tersebut dapat meminimalisir pengalaman konsumen yang kurang menyenangkan. Maka dari itu, kualitas layanan dapat membuat kesetiaan pelanggan pada usaha serta dapat mendorong peningkatan volume penjualan. Hal tersebut dibuktikan melalui penelitian (Apriansyah, 2018) yang menjelaskan terdapat pengaruh secara signifikan antara kualitas pelayanan terhadap volume penjualan. Selain meningkatkan volume penjualan, loyalitas pelanggan membuat penghematan biaya promosi karena pelanggan akan merekomendasikan usaha tersebut kepada masyarakat (Lestari et al., 2021).

Volume penjualan adalah salah satu komponen yang memberikan pengaruh terhadap pencapaian suatu usaha, maka dari itu para pelaku usaha harus berusaha untuk menjaga volume penjualan agar tetap menguntungkan. Pada dasarnya tujuan dalam bisnis melakukan penjualan yaitu mencapai target volume penjualan (Fawzi et al., 2022). Semakin meningkat volume penjualan maka keuntungan yang diperoleh semakin meningkat, sehingga salah satu sektor bisnis yaitu kedai kopi akan mampu bertahan dan lebih maju saat menghadapi faktor-faktor lingkungan yang senantiasa berubah (Hery et al., 2019).

Peningkatan volume penjualan dapat terjadi karena jumlah produk atau jasa yang telah habis terjual pada saat transaksi jual beli. Semakin meningkat jumlah produk yang terjual, maka akan semakin meningkat keuntungan yang di dapatkan (Effendy, 2019). Volume penjualan dapat diukur dengan tercapainya target penjualan yang dilihat dari total produk yang terjual, serta peningkatan jumlah keuntungan yang terjadi sejak terjadinya transaksi jual beli (Nasution et al., 2017). Maka dari itu, volume penjualan satu hal penting yang patut diperhatikan untuk menghindari kerugian. Volume penjualan yang mengalami peningkatan tentu menjadi tujuan dalam usaha bisnis agar mendapatkan keuntungan (Cucu Sumartini & Fajriany Ardining Tias, 2019).

Kualitas layanan yang baik dapat dilihat dari tanggapan konsumen terhadap tingkat layanan yang diperoleh dengan tingkat layanan yang diharapkan. Pelayanan yang baik dapat memberikan dampak positif untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen sehingga memiliki keinginan untuk melakukan pembelian kembali sehingga meningkatkan volume penjualan kedai kopi tersebut. Maka dari itu, hal penting dalam menjalankan suatu usaha dengan kualitas pelayanan yang baik karena terikat langsung dengan kepuasan konsumen.

Terdapat beberapa penelitian yang mengulas tentang kualitas pelayanan, namun masih minim yang mengulas mengenai variabel yang sama dengan objek kedai kopi yang sedang meningkat dalam dunia bisnis. Kedai kopi salah satu bentuk bisnis yang tidak hanya menawarkan produk tetapi memberikan pelayanan kepada konsumen. Pelayanan yang diberikan

oleh karyawan kedai kopi tersebut dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan yang buruk dapat membuat konsumen tidak ingin menjadi pelanggan kembali, sehingga dapat mempengaruhi pendapatan kedai kopi tersebut. Penelitian ini dilakukan untuk melengkapi penelitian-penelitian yang telah diteliti dengan menunjukkan hasil penelitian di lokasi yang tidak sama. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap volume penjualan usaha Toko Kopi Seduh di Kecamatan Jagakarsa. Berdasarkan latar belakang dan masalah yang telah dijelaskan, maka peneliti tertarik untuk melakukan pengujian hipotesis:

H1 : Terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Volume Penjualan.

METODE

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan suatu penelitian yang bersifat objektif, pendekatan yang mengacu pada informasi dengan didasarkan bukti *factual* (kenyataan), sehingga dapat mengukur pengaruh maupun hubungan antar variabel. Menurut sugiyono, metode kuantitatif ialah metode penelitian yang dilandaskan pada filsafat *positivisme*, sehingga dapat digunakan untuk meneliti populasi dan sampel tertentu, analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan (Sugiyono, 2019).

Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif asosiatif, yaitu dengan penelitian asosiatif ialah hubungan yang bersifat sebab-akibat, yang dimana salah satu variabel bebas mempengaruhi variabel terikat. Populasi dalam penelitian ini adalah 135 konsumen toko kopi seduh. Teknik pengambilan sampel untuk melakukan penelitian yaitu menggunakan *probability sampling*. Dalam penelitian ini, dilakukan dengan cara *simple random sampling*, sehingga anggota sampel dari populasi memiliki peluang yang sama dan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut. Jumlah sampel ditentukan berdasarkan rumus slovin dengan tingkat presisi 5% adalah 100 sampel yang dijadikan responden. Teknik pengumpulan data yaitu melalui instrument berbentuk kuesioner/angket dengan menggunakan skala likert untuk setiap kategori. Untuk lebih rinci dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 2
Skor Skala Likert

Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu-ragu (R)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini dilaksanakan untuk mengetahui terdapat atau tidak pengaruh pada variabel bebas terhadap variabel terikat. Terdapat beberapa pengujian teknik analisis yang dilakukan yaitu sebagai berikut: (i) Uji Normalitas; (ii) Uji Linearitas Regresi; (iii) Uji Analisis Regresi Sederhana; (iv) Uji Statistik t dan (v) Uji Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi (R²). Hipotesis yang diterapkan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

H_a : Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap volume penjualan

H_0 : Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap volume penjualan

Pengolahan data yang telah dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini dengan proses pengolahan data menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*). Indikator variabel dijelaskan pada tabel dibawah ini.

Tabel 3
Indikator Variabel

Variabel	Indikator
Volume Penjualan (Y)	1. Keterjangkauan harga
	2. Kesesuaian harga dengan kualitas
	3. Menjual produk yang berkualitas
	4. Inovasi dalam melakukan promosi
	5. Keberhasilan dalam mempromosikan produk
	6. Menjamin mutu dan kualitas produk
	7. Inovasi berbagai macam produk
	8. Tampilan produk
	(Kotler & Keller, 2018)
Kualitas Pelayanan (X)	1. Ketersediaan fasilitas
	2. Kenyamanan ruang
	3. Penampilan karyawan
	4. Kecepatan karyawan dalam pelayanan
	5. Penanganan keluhan konsumen
	6. Kesiapan melayani secara cepat dan tepat
	7. Keramahan karyawan
	8. Pengetahuan dan kecakapan karyawan
	9. Rasa aman dan nyaman
	10. Karyawan profesional
	11. Memberikan layanan tanpa memandang status ataupun kedudukan
	(Surbakti, 2022)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Normalitas

Uji normalitas diterapkan guna mengetahui sampel berdistribusi normal atau tidak. Hal ini harus dilakukan karena berkaitan dengan ketepatan dalam pemilihan uji statistik yang akan digunakan. Pada uji normalitas penelitian ini, metode yang digunakan untuk mengolah data adalah uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan ketentuan sebagai berikut:

Jika nilai sig > 0,05 maka data berdistribusi normal.

Jika nilai sig < 0,05 maka data tidak berdistribusi normal

Tabel 2
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test
Unstandardized Residual

N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,000000
	Std. Deviation	6,77415370
Most Extreme Differences	Absolute	0,083
	Positive	0,043
	Negative	-0,083
Test Statistic		0,083
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		0,089

Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.		0,092
	99% Confidence Interval	Lower Bound	0,085
		Upper Bound	0,099

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Normal atau tidaknya hasil sebaran kuesioner penelitian ini dilihat menggunakan pengujian normalitas data dengan uji *Kolmogorov-Smirnov* dilihat dari residual yang dihasilkan. Tabel diatas menunjukkan hasil uji normalitas, terdapat nilai signifikansi $0,089 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual dari variabel kualitas layanan dan variabel volume penjualan berdistribusi normal.

Uji Linearitas Regresi

Uji linieritas dilakukan guna mengetahui tingkat linieritas dari variabel yang diteliti. Uji linearitas dilakukan guna mengamati linearitas hubungan antara variabel terikat dengan variabel bebas. Untuk mengetahui apakah linear atau tidak dapat dilihat dengan membandingkan nilai F-Tabel dengan taraf signifikan 5% yaitu:

Jika nilai F-hitung $>$ F-Tabel, maka hipotesis yang menyatakan bahwa model linear adalah di tolak.

Jika nilai F-hitung $<$ F-Tabel, maka hipotesis yang menyatakan bahwa model linear adalah di terima.

Tabel 5
Hasil Uji Linearitas Regresi
ANOVA

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Volume Penjualan* Kualitas Pelayanan	Between Groups	(Combined)	4949,961	33	149,999	3,245	<,001
		Linearity	3449,723	1	3449,723	74,827	<,001
		Deviation From Linearity	1500,238	32	46,882	1,017	0,464
	Within Groups		3042,789	66	46,103		
	Total		7992,750	99			

(Sumber: data diolah, 2023)

Tabel diatas menunjukan hasil uji linieritas regresi diketahui Fhitung $1,017 <$ Ftabel $1,618$. Maka disimpulkan bahwa adanya hubungan yang linear antara *independent variable* (X) terhadap *dependent variable* (Y).

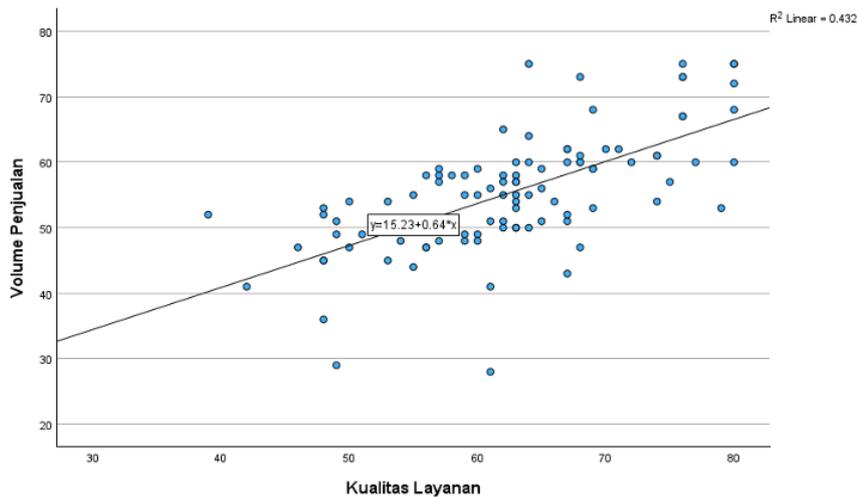
Uji Analisis Regresi Sederhana

Tabel 6
Hasil Uji Analisis Regresi Sederhana
Coefficients^a

Model		Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	15,230	4,700		3,240	0,002
	Kualitas Pelayanan	0,641	0,074	0,657	8,626	<,001

a. *Dependent Variable: Volume Penjualan*
 (Sumber: data diolah, 2023)

Menurut tabel hasil uji pengolahan data yang diperoleh dari analisis regresi sederhana diperoleh persamaan regresi $\hat{Y} = 15,230 + 0,641x$, dengan nilai konstanta sebesar 15,230 menyatakan bahwa pada saat kualitas layanan (X) bernilai sama dengan nol dengan begitu volume penjualan (Y) bernilai positif yaitu sebesar 15,230. Sementara nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,641 menunjukkan pengaruh positif atau searah yang berarti apabila kualitas layanan dinaikan sebesar 0,641 satuan maka volume penjualan akan meningkat sebesar 0,641 satuan.



Gambar 2. Grafik Scatter Plot Kualitas Pelayanan–Volume Penjualan

Dari Grafik scatter plot diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan volume penjualan memiliki hubungan positif, dikarenakan titik-titik dalam gambar tersebut dari kiri bawah ke kanan atas dan kedua variabel mempunyai korelasi linear karena titik – titik pada grafik tersebut menunjukkan gejala linearitas atau kelurusan letak.

Uji Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi

Tabel 3
Hasil Uji Koefisien Korelasi dan Determinasi (R²)
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,657 ^a	0,432	0,426	6,809

a. *Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan*
 (Sumber: data diolah, 2023)

Menurut hasil pengolahan data pada tabel di atas, diketahui nilai korelasi yaitu sebesar 0,657. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berhubungan secara positif terhadap volume penjualan. Kualitas pelayanan berkorelasi kuat terhadap volume penjualan, karena berada pada kategori interval korelasi 0,61-0,80. Selain itu, diketahui nilai koefisien determinasi (*R-Square*) sebesar 0,432 sehingga dapat dikatakan bahwa variabel (X) mempengaruhi variabel (Y) sebesar 43,2% dan sisanya sebesar 56,8% disebabkan oleh variabel lain selain kualitas pelayanan yang tidak dibahas oleh peneliti dalam penelitian ini.

Uji Statistik T

Uji t dilakukan guna mengetahui apakah ada atau tidak ada pengaruh variabel bebas (X) secara parsial terhadap variabel terikat (Y). Berikut merupakan hasil pengujian statistik t, yang dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 8
Hasil Uji t
Coefficients^a

Mode		Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	15,230	4,700		3,240	0,002
	Kualitas Pelayanan	0,641	0,074	0,657	8,626	<0,001

b. *Dependent Variable: Volume Penjualan*
 (Sumber: data diolah, 2023)

Menurut hasil pengujian pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa koefisien regresi variabel (X) menghasilkan nilai 0,641 dengan hasil positif, sehingga variabel X berpengaruh positif terhadap variabel (Y). Apabila X meningkat maka Y akan mengikuti peningkatan. Selain itu, pengaruhnya bernilai positif dinyatakan pada nilai t-hitung > t-tabel yaitu sebesar 8,626 > 1,984. Signifikansi X sebesar 0,001 < tingkat signifikansi 0,05 maka variabel (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel (Y). Sehingga hipotesis alternatif yaitu H_a diterima dan H₀ ditolak. Dari hasil hipotesis dapat disimpulkan kualitas pelayanan mempengaruhi secara signifikan terhadap volume penjualan usaha Toko Kopi Seduh.

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Volume Penjualan

Semakin baik standar kualitas pelayanan yang diterima oleh konsumen, maka akan memberi

pengaruh dalam peningkatan volume penjualan (Soehardi, 2021). Hasil penelitian yang telah dilakukan, menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan usaha Toko Kopi Seduh di Kecamatan Jagakarsa. Besarnya kontribusi pengaruh variabel kualitas pelayanan (X) terhadap variabel volume penjualan (Y) pada usaha Toko Kopi Seduh sebesar 43,2%. Sementara sisanya sebesar 56,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil penelitian pada konsumen Toko Kopi Seduh Jagakarsa menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen Toko Kopi Seduh Jagakarsa secara mayoritas sudah sesuai harapan konsumen.

Kualitas pelayanan yang dinilai oleh konsumen berdasarkan lima dimensi yaitu bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan keamanan (*assurance*), dan kepedulian (*emphaty*) yang terbukti memiliki pengaruh terhadap volume penjualan. Kelima dimensi tersebut dinilai dari pelayanan yang diberikan oleh karyawan kepada konsumen Toko Kopi Seduh Jagakarsa. Dari lima dimensi tersebut, ketanggapan serta kepedulian karyawan terhadap konsumen di Toko Kopi Seduh Jagakarsa dinilai baik oleh para konsumen. Keadaan atau tempat Toko Kopi Seduh Jagakarsa memberikan kesan nyaman pada konsumen. Tempat yang nyaman dan aman akan membuat konsumen merasa ingin berlama-lama di kedai kopi tersebut yang akan mempengaruhi pendapatan. Selain itu, keandalan karyawan dalam melayani konsumen dapat memberi pengaruh pada kepuasan konsumen, seperti kecepatan karyawan dalam melayani serta merespon kebutuhan konsumen. Kepuasan konsumen dari kualitas pelayanan yang memberikan dampak terhadap pendapatan, sehingga dapat meningkatkan volume penjualan Toko Kopi Seduh Jagakarsa.

Hasil penelitian ini sepadan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Putri & Gunadi (2022) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap volume penjualan. Maka dari itu, kualitas pelayanan patut dipertahankan kualitasnya. Setiap usaha hendaknya menjalin komunikasi baik dengan konsumen saat melayaninya, sehingga konsumen merasa nyaman dan menilai karyawan memiliki daya tanggap yang tinggi terhadap konsumen. Kepuasan konsumen dalam kualitas pelayanan yang diterimanya akan memberi dampak pada peningkatan volume penjualan. Menurut hasil penelitian dari Sasangka & Rusmayadi (2018), variabel kualitas pelayanan berkontribusi besar dalam mempengaruhi variabel volume penjualan. Besarnya kontribusi variabel kualitas pelayanan secara dominan dinilai dari segi kehandalan, ketanggapan, empati, jaminan, dan bukti fisik dari karyawan ataupun yang disediakan oleh usaha tersebut. Selain itu, menurut Kamaludin et al. (2020) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh kuat terhadap volume penjualan, serta kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan. Semakin baik kualitas pelayanan yang diterima oleh konsumen mampu meningkatkan penjualan, sehingga dapat mempertahankan volume penjualan.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh secara signifikan kearah positif terhadap volume penjualan. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan maka semakin meningkat volume penjualan. Kualitas pelayanan yang diterima oleh konsumen Toko Kopi Seduh di jagakarsa sebagian besar dinilai baik dan sesuai harapan konsumen. Selain itu, mayoritas konsumen

merasa puas dengan produk dan sikap karyawan yang ramah kepada konsumennya. Hal ini berarti jika kualitas pelayanan ditingkatkan dalam usaha Toko Kopi Seduh maka ada kemungkinan terjadinya peningkatan pendapatan dalam volume penjualan Toko Kopi Seduh. Dengan demikian hipotesis dalam penelitian ini dinyatakan diterima.

Saran

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki peran dalam peningkatan volume penjualan. Berdasarkan hasil penelitian, maka saran bagi peneliti untuk bisnis kedai kopi, diharapkan kualitas pelayanan pada usaha Toko Kopi Seduh patut dipertahankan dalam kualitasnya. Selain itu, diharapkan karyawan dapat lebih ramah kepada konsumen. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka akan memberikan kepuasan kepada konsumen usaha Toko Kopi Seduh. Bagi peneliti selanjutnya, berdasarkan hasil pengolahan data dengan pengujian Koefisien Determinasi yang mendapatkan hasil sebesar 43,2% dengan data kualitas pelayanan terhadap volume penjualan, maka dapat dilakukan penelitian lanjutan dengan variabel lain untuk memberikan saran baru terhadap peningkatan pendapatan usaha tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Anugrah, K., & Sudarmayasa, I. W. (2020). *Kualitas Pelayanan Jasa : Akomodasi*. Ideas.
- Apriansyah, R. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Pt. Prioritas Rengat. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(2), 37–45. <https://doi.org/10.34006/jmbi.v7i2.48>
- BPS. (2021). *Statistik Kopi Indonesia*. Badan Pusat Statistik.
- Chandra, T. (2020). *Service Quality, Consumer Satisfaction, dan Consumer Loyalty: Tinjauan Teoritis*. CV IRDH (International Research and Development for Human Beings).
- Cucu Sumartini, L., & Fajriany Ardining Tias, D. (2019). Analisis Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Kedai Kopi Kala Senja. *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 3(2), 111–118. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v3i2.124>
- Effendy, A. A. (2019). Analisis Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Azka Toys Pamulang Tangerang Selatan. *Jurnal Ilmiah Feasible Bisnis, Kewirausahaan Dan Koperasi*, 1(1), 79–95.
- Fawzi, M. G. H., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, & Sunarsi, D. (2022). STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi. In *Pascal Books*.
- Gofur, A. (2022). Analysis of Product Quality, Service Quality, and Customer Satisfaction at Waroeng Special Sambal "SS" West Jakarta. *Majalah Ilmiah Bijak*, 19(1), 107–116. <https://doi.org/10.31334/bijak.v19i1.2183>
- Hery, Goh, T. S., & Margery, E. (2019). Pengaruh Personal Selling Dan Pengembangan Produk Terhadap Volume Penjualan PT. Infiniti Internasional Logistic Medan. *Jurnal Bisnis Kolega*, 5(2), 54–69.
- Hutabarat, J. P., Bross, N., & Utomo, K. W. (2018). The Effect of Service Quality and Brand

Image towards Customer Loyalty with Customer Satisfaction as Intervening Variable (Study on the Customer of PT Asuransi Sinarmas Depok Branch). *International Journal of Novel Research in Marketing Management and Economics*, 5(2), 87–98.

- Indajang, K., Candra, V., Sianipar, M. Y., Sembiring, L. D., & Simatupang, S. (2023). The Effect of Service Quality and Price on Customer Satisfaction. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 4(3), 942–950. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i3.3090>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* (1st ed.). Unitomo Press.
- International Coffee Organization. (2022). *Trade Statistics Tables*. http://www.ico.org/trade_statistics.asp?section=Statistics
- Kamaludin, A., Sobana, D. H., Yusup, D. K., & Badriyah, M. (2020). Pengaruh daya saing pasar dan kualitas pelayanan terhadap volume penjualan produk kuliner di Bandung, Jawa Barat. *Jurnal Uinsgd*, 1–13.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). PT Indeks.
- Lestari, I., Khairani, R., & Handayani, C. (2021). The Role of Costumer Satisfaction in Mediating the Relationship Between Service Quality and Price on Costumer Loyalty. *Computerized Accounting Study Program*, 12(1), 400–411.
- Mulyawan, R. (2016). *Birokrasi dan Pelayanan Publik* (W. Gunawan (Ed.); 1st ed.). UNPAD Press.
- Napitupulu, S., Tapiomas, N., & Tobink, R. (2021). *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis dengan Teori-Teori Para Ahli* (2nd ed.). PT Atalya Rileni Sudeco.
- Nasution, M. I., Prayogi, M. A., & Nasution, S. M. A. (2017). Analisis pengaruh bauran pemasaran terhadap volume penjualan (Analysis of the effect of marketing mix to sales volume). *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 1(1), 1–11. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1012560>
- Nanincova, Niken. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe and Bistro. *Agora*, 7(2), 1–5.
- Solusi Bisnis (2023). Perkembangan Bisnis Coffee Shop di Indonesia 2023. <https://www.solusibisnis.co.id/perkembangan-bisnis-coffee-shop-di-indonesia-2023>
- Poha, F. R., Karundeng, D. R., & Suyanto, M. A. (2022). Analisis Citra Merek , Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survey Pengunjung Kopi Dari Hati Marisa). *10*(1), 86–104. <https://doi.org/https://doi.org/10.47668/pkwu.v10i1.336>
- Putri, O. D., & Gunadi, W. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Pengembangan Produk Biskuit Terhadap Volume Penjualan Pt. Makindo Perdana. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 12(2), 120–131. <https://doi.org/10.35968/m-pu.v12i2.906>
- Rita, P., Oliveira, T., & Farisa, A. (2019). The Impact Of E-Service Quality And Customer Satisfaction On Customer Behavior In Online Shopping. *Heliyon*, 5(10), e02690. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2019.e02690>

- Rojikun, A. (2021). The Effect Of Service Quality On Indosat Product Sales Level At The Deliz Cell Outlet. *Journal of Economics and Business Letters*, 1(3), 27–33. <https://doi.org/10.55942/jebll.v1i3.123>
- Rustantono, H., Ani, H. M., Rofiah, L., & Maida, N. Al. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Member Frans Studio Dance Company Malang. 17, 79–87. <https://doi.org/10.19184/jpe.v17i1.35997>
- Sasangka, I., & Rusmayadi, R. (2018). The Effect of Service Quality on Sales Volume at Mini Market Minamart'90 Bandung. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 2(1), 129–154. <https://doi.org/https://doi.org/10.31955/mea.v2i1.53>
- Siregar, T. M., Ritonga, J. R., Nasha, M., Simbolon, K., & Pencawan, A. P. (2023). Analisis Keuntungan Maksimum Penjualan Sandal dan Sepatu Toko Faa'iz Collection. *JPEKA: Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen Dan Keuangan*, 7(1), 35–49. <https://doi.org/10.26740/jpeka.v7n1.p35-49>
- Soehardi. (2021). Model Peningkatan Volume Penjualan Melalui Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Loyalitas Kopi Golda. *LPMP Imperium*, 4(2), 353–360. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v4i2.341>
- Suardika, I. K., & Sari Dewi, M. (2021). The Influence of Brand, Product Quality and Price on Sales Volume of Samana Mart Stores. *International Journal of Social Science and Business*, 5(2), 256–261. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v5i2.34766>
- Sudirman, M. R. (2020). Pengaruh Persepsi Pelanggan Atas Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Volume Penjualan D'Jombang Café. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/6897>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Manajemen* (Setiyawami (Ed.)). ALFABETA, CV.
- Sunarsi, D., & Baharuddin, A. (2019). The Effect of Service Quality and Price Accuracy on Consumer Confidence and Implications for Sales Increase. *PINISI Discretion Review*, 3(2), 101. <https://doi.org/10.26858/pdr.v3i2.13255>
- Surbakti, A. (2022). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menjadi Nasabah pada Perusahaan Asuransi. *Skylandsea Profesional Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Teknologi*, 2(2), 215–220.
- Yusuf, M., Said, M., Nurhilalia, N., & Yusuf, Y. Y. (2022). The Effect Of Brand Image, Price, Service, Product Quality And Promotion On Consumer Buying Decisions For Car Purchases: A Case Study Of Bosowa Berlian Motor Inc. In Makassar. *Applied Marketing Analytics*, 7(3), 260–275.

