

# PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN TEMPAT TERHADAP VOLUME PENJUALAN DI MESS CAFÉ SURABAYA

Anis Qurrota' ayun  
Email : [uzliwati347@gmail.com](mailto:uzliwati347@gmail.com)  
Mahasiswa Program Studi Manajemen  
STIE Mahardhika Surabaya

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Tempat Terhadap Volume Penjualan Mess Café Surabaya. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Jumlah sampel yang diambil 35 responden dengan metode pengambilan sampelnya adalah teknik sampling jenuh/sensus. Alat analisis yang digunakan adalah uji instrumen terdiri dari: uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik terdiri dari: uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas dan autokorelasi, serta uji hipotesis yang terdiri dari: analisis regresi linier berganda, uji T, uji F dan Koefisien determinasi ( $R^2$ ).

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda diperoleh formulasi  $Y = 7,203 + 0,310 X_1 + 0,147 X_2 + 0,397 X_3 + e$ , dimana Y merupakan volume penjualan,  $X_1$  merupakan harga,  $X_2$  adalah kualitas produk dan  $X_3$  adalah tempat, ketiga konstanta variabel masing-masing adalah positif sehingga dikatakan berpengaruh positif terhadap volume penjualan. Uji T penelitian menunjukkan variabel harga, kualitas produk dan tempat memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap volume penjualan. Hasil uji F dapat dianalisis bahwa ketiga variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap volume penjualan, dimana nilai  $F_{Hitung}$  sebesar 24,175 dan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Uji terakhir penelitian adalah uji koefisiendeterminasi dengan nilai  $R^2$  sebesar 0,701, berarti variabel bebas memiliki kontribusi terhadap variabel volume penjualan sebesar 70,1 %, sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

**Kata kunci** : Harga, Kualitas Produk, Tempat, dan Volume Penjualan

## Pendahuluan

Strategi bisnis semakin berkembang sebab sangat dibutuhkan pengusaha saat mendistribusikan produk agar mampu berkompetisi di dunia bisnis yang sangat ketat. Minat beli dimulai melalui sistem belajar serta berpikir hingga menciptakan hipotesis. Minat beli akan menimbulkan motivasi beserta kemauan kuat yang akhirnya akan menggiring konsumen untuk memenuhi kebutuhannya (Rahma, 2017)

## Rumusan Masalah

Melalui latar belakang di atas mampu disimpulkan rumusan masalah dengan:

1. Apakah harga mempengaruhi volume penjualan di Mess café Surabaya ?
2. Apakah kualitas produk mempengaruhi volume penjualan di Mess café Surabaya ?

3. Apakah tempat mempengaruhi volume penjualan di Mess café Surabaya?
4. Apakah harga, kualitas produk, tempat secara simultan mempengaruhi volume penjualan di Mess café Surabaya?

## Landasan Teori

### Harga (X1)

Menurut Rosvita (2011) harga dipengaruhi oleh empat indikator:

1. Keterjangkauan harga ialah aspek harga yang dibuat penjual yang kompeten dari suatu produk ataupun layanan tepat terhadap konsumen.
2. Ketepatan harga dengan mutu ialah aspek harga jual berdasarkan kualitas produk yang mampu konsumen dapatkan.
3. Daya saing harga, menawarkan harga yang mampu diterima kepada pembeli dari suatu produk ataupun jasa dengan manfaat yang ditawarkan penjual.
4. Kesesuaian harga melalui pemanfaatan harga, penjual harus mencerminkan manfaat yang didapatkan konsumen melalui produk ataupun jasa.

Pengertian harga merupakan bagian bauran pemasaran yang mampu menjamin kesuksesan sebuah perusahaan dalam memasarkan produknya yang dipengaruhi oleh tingginya harga jual untuk konsumen, Harga selaku faktor utama perusahaan dalam memperluas serta tingkatkan pasarnya.

### Kualitas Produk (X2)

Menurut Mewen dan Minor (2017) kualitas produk (*product quality*) dikemukakan

selaku penilaian kinerja keseluruhan barang ataupun jasa oleh pelanggan.

Dan kualitas produk adalah salah satu kunci persaingan antar pelaku ekonomi yang ditawarkan kepada konsumen.

Manfaat kualitas produk ialah:

1. Peningkatan popularitas perusahaan. Perusahaan ataupun lembaga yang sudah menciptakan sebuah kualitas produk ataupun jasa disebut prioritas organisasi berkualitas. Dengan demikian, perusahaan ataupun organisasi akan dikenali masyarakat luas serta memiliki nilai tinggi bagi masyarakat.
2. Biaya rendah. Dalam menciptakan produk ataupun jasa yang berkualitas tinggi, perusahaan ataupun organisasi tak harus menghabiskan biaya yang banyak. Karena perusahaan ataupun organisasi didasarkan pada (*customer satisfaction*) dan tergantung pada jenis, karakteristik, waktu serta total produk yang dibuat tapt pada harapan serta kebutuhan konsumen.
3. Peningkatan pangsa pasar. Pangsa pasar mengalami peningkatan ketika minimalisasi biaya tercapai, sebb perusahaan mampu menurunkan harga sementara kualitas selalu dijadikan prioritas.

4. Dampak internasional. Jika sanggup menawarkan produk ataupun layanan berkualitas tinggi, akan diakui serta diterima tidak hanya di pasar lokal tetapi pada pasar internasional pula

### **Tempat (X3)**

Memilah lokasi bisnis selaku keputusan bisnis penting yang perlu meyakinkan pelanggan untuk pergi ke lokasi bisnis untuk memenuhi kebutuhannya. Penentuan lokasi memiliki fungsi strategis sebab mampu membantu pencapaian tujuan perusahaan. Sebuah kunci sukses ialah lokasi Kotler (2017)

### **Volume Penjualan (Y)**

Volume Penjualan diartikan dengan hasil final yang diterima lembaga melalui produk yang dijual dari pemasok serta tenaga penjual yang lain. Volume penjualan dihitung sesuai dengan tujuan penggunaan dengan hasil yang diperoleh. Volume penjualan tidak dipecah menjadi tunai ataupun kredit, melainkan dinilai secara menyeluruh dari total realisasi

### **Hipotesis**

Melalui perumusan masalah, kerangka berpikir, beserta perolehan hasil analisa sebelumnya, hipotesis diulas pada analisa berikut ialah:

1. Harga memengaruhi volume penjualan di Mess cafe.
2. Kualitas Produk memengaruhi volume penjualan di Mess café.
3. Tempat memengaruhi volume penjualan di Mess café.
4. Harga, Kualitas produk, tempat secara simultan memengaruhi peningkatan volume penjualan di Mess café

### **Metode Penelitian**

Tepat pada rumusan masalah beserta misi yang ingin dicapai, diterapkan analisa kuantitatif selaku desain dalam penelitian. Penelitian kuantitatif ialah studi ilmiah sistematis terkait bagian-bagian serta fenomena beserta hubungannya. Tujuan penelitian ini ialah selaku pengembangan serta penerapan model matematika, teori ataupun hipotesis terkait fenomena pada lapangan.

Proses evaluasi ialah bagian terpenting penelitian kuantitatif, sebab menyediakan ikatan dasar antara analisa empiris serta matematis dari ikatan kuantitatif. Sugiyono (2017) mengemukakan bahwa penelitian kuantitatif selaku analisa yang memperoleh data berwujud angka maupun data angka.

### **Populasi dan Sampel**

Pada penelitian ini populasi yang diamati merupakan 35 pelanggan selaku responden populasi di hari rabu tanggal 16 Desember 2020.

Sampel Penelitian memilih beberapa responden menggunakan teknik sampling jenuh atau total sampling didapatkan 35 pelanggan Mess café di Surabaya yang dijadikan sampel serta narasumber pada penelitian. Dasar pengambilan sampel ini adalah Sugiyono (2017) yang menyatakan total populasi tidak lebih dari 100 dari seluruh populasi maka keseluruhannya akan dimanfaatkan selaku sampel analisa.

## Analisa dan pembahasan

**Table 4.1**  
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

keterangan	Frekuensi	persentase
Jenis kelamin		
Laki laki	24	71,40%
Wanita	11	28,60%

Sumber data diolah

Pada table sebelumnya dipahami bahwa jenis kelamin pelanggan pada penelitian ini adalah 11 orang wanita (28,6%), dan 24 orang laki-laki (71,4%). Jumlah terbesar pelanggan Mess café di tanggal 16 Desember 2020 ialah laki-laki sebanyak 24 orang (71,40%).

### Uji Validitas

Maksud pengujian validitas ialah mengetahui seberapa besar butir-butir (variable) yang dinilai berikatan satu sama lainnya. Pengujian validitas dijalankan selaku perbandingan angka  $R_{hitung}$  yang mendorong penjelasan atas kriteria pengujian berikut:

1. Bila  $R_{hitung} > R_{table}$ , instrument valid.
2. Bila  $R_{hitung} < R_{table}$ , instrumen tidak valid.

Dalam mengukur korelasi pengujian validitas memanfaatkan teknik korelasi *Rank Spearman*, dijalankan dalam pencarian interaksi dalam pengujian signifikansi hipotesis asosiatif apabila tiap-tiap variable yang berikatan ordinal. *Rank Spearman* dari *Pearson* menerapkan rumus berikut:

$$r_s = 1 - \left( \frac{6 \sum di^2}{n(n^2 - 1)} \right)$$

Keterangan:

$r_s$  = koefisien korelasi Spearman

$\Sigma$  = notasi jumlah

$d_i$  = perbedaan rangking antara pasangan data

$n$  = banyaknya pasangan data

### Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Penelitian

No	Variabel	Koefisien Korelasi	R Tabel	Sig	Ket
1	X1_1	0,678	0,334	0,00	Valid
2	X1_2	0,361	0,334	0,033	Valid
3	X1_3	0,630	0,334	0,000	Valid
4	X1_4	0,682	0,334	0,000	Valid
5	X1_5	0,499	0,334	0,002	Valid
6	X1_6	0,358	0,334	0,035	Valid
7	X1_7	0,679	0,334	0,000	Valid
8	X1_8	0,786	0,334	0,000	Valid
9	X1_9	0,573	0,334	0,000	Valid
10	X1_10	0,632	0,334	0,000	Valid
11	X2_1	0,785	0,334	0,000	Valid
12	X2_2	0,361	0,334	0,033	Valid
13	X2_3	0,645	0,334	0,000	Valid
14	X2_4	0,732	0,334	0,000	Valid
15	X2_5	0,681	0,334	0,000	Valid
16	X2_6	0,401	0,334	0,017	Valid
17	X2_7	0,613	0,334	0,000	Valid
18	X2_8	0,790	0,334	0,000	Valid
19	X2_9	0,521	0,334	0,001	Valid
20	X2_10	0,645	0,334	0,000	Valid
21	X3_1	0,781	0,334	0,000	Valid
22	X3_2	0,435	0,334	0,006	Valid
23	X3_3	0,850	0,334	0,000	Valid
24	X3_4	0,714	0,334	0,000	Valid
25	X3_5	0,665	0,334	0,000	Valid
26	X3_6	0,360	0,334	0,033	Valid
27	X3_7	0,710	0,334	0,000	Valid
28	X3_8	0,763	0,334	0,000	Valid

29	X3_9	0,747	0,334	0,000	Valid	TEMPAT X3	0,873	Reliabel
30	X3_10	0,767	0,334	0,000	Valid			
31	Y1	0,684	0,334	0,000	Valid	VOLUME PENJUALAN Y	0,802	Reliabel
32	Y2	0,393	0,334	0,019	Valid			
33	Y3	0,540	0,334	0,001	Valid			
34	Y4	0,419	0,334	0,012	Valid			
35	Y5	0,606	0,334	0,000	Valid	Sumber : Disarikan dari Lampiran Perolehan uji reliabilitas pada table menyajikan setiap nilai koefisien reliabilitas pada tiap instrumennya > 0,6, mampu dianggap reliabel		
36	Y6	0,499	0,334	0,002	Valid			
37	Y7	0,647	0,334	0,000	Valid			

### Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2017), Uji reliabilitas yakni analisa yang mempunyai maksud dalam memeriksa tingkat stabilisasi maupun konsistensi suatu alat ukur. Kuesioner dianggap reliabel apabila kuesioner memberi hasil konsisten dan bila digunakan berulang kali, kondisinya tidak berubah beserta obyek yang sama. Uji reliabilitas pada analisa ini dengan *Cronbach Alpha*. Diuji menggunakan software SPSS Versi 22. Menurut Ghazali (2015), pengukuran stabilitas alpha mampu diartikan dengan:

1. Cronbach Alpha 0,00 - 0,20 = kurang reliabel
2. Cronbach Alpha 0,21 - 0,40 = agak reliabel
3. Cronbach Alpha 0,42 - 0,60 = cukup reliabel
4. Cronbach Alpha 0,61 - 0,80 = reliabel
5. Cronbach Alpha 0,81 - 1,00 = sangat reliabel

### Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Variabel	Cronch's Alpha	Keterangan
HARGA X1	0,762	Reliabel
KUALITAS PRODUK X2	0,822	Reliabel

### Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik diterapkan dalam memahami hasil analisis linier berganda yang diterapkan dalam analisa ini tepat pada asumsi klasik, mencakup data yang berdistribusi normal tanpa multikolinearitas, autokorelasi serta homoskedastisitas (Nugroho, 2015). Perihal tersebut dalam mengetahui seberapa bagus pola pengujiannya sanggup penuhi asumsi model regresi.

### Uji Normalitas

Dimaksudkan dalam menganalisa apakah variable dependen serta variable independen berdistribusi normal ataupun tidak pada bentuk regresi. Bentuk regresi yang baik berdistribusi normal ataupun hampir normal. Sebuah cara mudah dalam menunjukkan normalitas ialah memperhatikan *normal probability plot*. Pengecekan normalitas dijalankan dengan analisa teknikal *Kolmogorof-Smirnov* menggunakan persamaan:

$$KS = 1,36 \sqrt{\frac{n_1+n_2}{n_1 n_2}}$$

Keterangan:

KS = Harga Kolmogorof-Smirnov

$n_1$  = Jumlah sampel yang diperoleh

$n_2$  = Jumlah sampel yang diharapkan

(Sugiyono, 2017)

### Rangkuman Hasil Variabel Penelitian

		Unstandardized Residual
N		35
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.84447183
Most Extreme Differences	Absolute	.127
	Positive	.077
	Negative	-.127
Test Statistic		.127
Asymp. Sig. (2-tailed)		.163 <sup>c</sup>

- Test distribution is Normal
  - Calculated from data
  - Liliefors Significance Correction
- Sumber : Disarikan dari lampiran

Table di atas menyajikan hasil pengujian normalitas untuk ketiga variable; harga (X1), kualitas produk (X2) dan tempat (X3) yang mampu penuhi asumsi normal sebab taraf signifikansinya 0,163 yang artinya  $> 0,05$ .

### Uji Heterokedastisitas

Heteroskedastisitas diartikan selaku ragam dari variable dalam bentuk tidak sama. Salah satu cara dalam mendeteksi kasus heterokedastisitas ialah dengan melakukan Uji *Glejser*. Pengujiannya ini menyarankan agar melaksanakan regresi terhadap nilai absolut dari residual/variable bebas. Apabila variansnya sama, dikatakan

homoskedastisitas, apabila berbeda dikatakan heteroskedastisitas. Nilai signifikansi  $> 0,05$  dianggap tanpa gejala heteroskedastisitas, serta sebaliknya

### Ringkasan Hasil Uji Heterokedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.555	2.875		1.584	.123
	X1	-.114	.079	-.367	-1.447	.158
	X2	-.099	.122	-.283	-.809	.424
	X3	.142	.123	.450	1.151	.258

Dari table dibuktikan variable harga, Kualitas Produk dan Tempat memiliki nilai sig  $> 0.05$ , jadi tidak ada heteroskedastisitas terkait 3 variable yang digunakan

### Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinieritas dijalankan dalam memahami apakah variable bebas berkorelasi tidak berhubungan atau terdapat ikatan linier antar variable bebas pada model regresi, sebagian metode yang mampu digunakan ialah:

- Angka *tolerance*  $> 0,1$  serta angka VIF  $< 10$ , Tidak ada multikolinearitas.
- Angka *tolerance*  $< 0,1$  serta angka VIF  $> 10$ , Ada multikolinearitas

### Ringkasan Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.203	4.848		1.486	.147		
	X1	.310	.133	.338	2.331	.026	.458	2.184
	X2	.147	.206	.144	.716	.480	.240	4.170
	X3	.397	.208	.427	1.907	.066	.193	5.189

Dari tabel 4.7 diatas dapat diketahui bahwa :

- Toleransi untuk Harga adalah 0,458

b. Toleransi untuk Kualitas Produk adalah 0,240

c. Toleransi untuk Tempat adalah 0,193  
 Dengan demikian keseluruhan variabel bebas mempunyai toleransi diatas 0,1, sehingga dapat dikatakan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas.

Uji multikolinearitas dapat pula dilakukan dengan cara membandingkan nilai VIF (Variance Inflation Factor) dengan angka 10, Jika nilai VIF > 10 maka terjadi multikolinearitas. Berikut ini hasil pengujian masing-masing variabel:

### Rangkuman Hasil Uji Multikolinearitas

No	Variabel Bebas	VIF	Kesimpulan
1	Harga (X1)	2.184	Non Multikolinearitas
2	Kualitas Produk (X2)	4.170	Non Multikolinearitas
3	Tempat (X3)	5.189	Non Multikolinearitas

### Uji Autokorelasi

Tujuan dari pengujian autokorelasi adalah sebagai pembelajaran atas terdapat atau tidaknya korelasi antara observasi pada setiap variable bebas. Analisa ini bisa dijalankan menggunakan Uji Run Test. Run test ialah bagian statistik non-parametrik serta mampu diterapkan selaku pemeriksa apakah ada korelasi yang besar antara residual. Apabila tidak ada korelasi antar residu, akan disebut residu acak ataupun random. Run test dijalankan dalam memperlihatkan data residual bersifat random ataupun tidak sistematis (Ghozali, 2016). Sebuah pengamatan tidak memiliki autokorelasi apabila nilai Asymp. Sig. (2-tailed) > 0,05, sehingga tidak terjadi autokorelasi, semestinya bila angka Asymp. Sig. (2-tailed) < 0,05 mampu disimpulkan terjadi autokorelasi.

### Run Test

	Unstandardized Residual
Test Value <sup>a</sup>	.22886
Cases < Test Value	17
Cases >= Test Value	18
Total Cases	35
Number of Runs	15
Z	-1.025
Asymp. Sig. (2-tailed)	.305

Table berikut membuktikan penilaian regresi didapatkan angka Asymp. Sig. (2-tailed) 0,305 > 0,05 yang mampu diringkaskan tidak ada gejala autokorelasi

### Analisis Regresi Linier Berganda

Metode Analisa Regresi Linier Berganda diterapkan dalam memahami pengaruh variable Harga, Kualitas Produk, Tempat terhadap Volume Penjualan pada Mess Café Surabaya

### Ringkasan Hasil Analisa Regresi Berganda

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.203	4.848		1.486	.147
	HARGA	.310	.133	.338	2.331	.026
	KUALITAS	.147	.206	.144	.716	.480
	TEMPAT	.397	.208	.427	1.907	.066

Table 4.10 di atas ialah uraian hasil analisa regresi linier berganda dengan variable bebas harga (X1), kualitas produk (X2), serta tempat (X3) terhadap volume penjualan (Y) sehingga mampu dipaparkan dengan:

1. Secara parsial, harga (X1) memengaruhi volume penjualan (Y) dibuktikan melalui nilai t serta Signifikansi t. Dengan nilai t 2,331 beserta Signifikansi t 0,026 yang berarti pola harga (X1), significant secara parsial memengaruhi volume penjualan (Y). Perihal ini nampak pada nilai signifikansi  $0,026 < 0,05$  (Signifikansi  $t < 0,05$ ).
2. Kualitas produk (X2) memengaruhi volume penjualan (Y) mampu dibaca pada nilai t serta Signifikansi t yang dihasilkan. Dengan nilai t 0,716 beserta Signifikansi t 0,480 yang berarti secara significant kualitas produk (X2) secara parsial memengaruhi volume penjualan (Y). Perihal ini nampak pada nilai Signifikansi t  $0,716 < 0,05$  (Signifikansi  $t < 0,05$ ).
3. Tempat (X3) mempengaruhi volume penjualan (Y) mampu diperhatikan pada nilai t serta Signifikansi t. Dengan nilai t 1,907 beserta Signifikansi t 0,066 yang berarti secara significant tempat (X3) secara parsial memengaruhi volume penjualan (Y). Perihal ini nampak pada nilai Signifikansi t  $0,010 < 0,05$  (Signifikansi  $t < 0,05$ ).

### Uji Simultan (uji F)

Uji simultan F yakni uji komprehensif, mengenali apakah koefisien regresi variable independen (X) terdiri atas harga (X<sub>1</sub>), kualitas produk (X<sub>2</sub>), dan tempat (X<sub>3</sub>) memengaruhi volume penjualan (Y) pada Mess café Surabaya

### Hasil Uji F

Variabel Bebas	Variabel Terikat	R Square	R	F <sub>hitung</sub>	Sig.
X1, X2, X3	Y	0,837	0,701	24,175	0,000

F<sub>hitung</sub> 24,175 dengan 35 responden ataupun N = 35 item informasi beserta K (total variable bebas) sebesar 3 serta tingkatan kesalahan 5%, jadi rumus penentu  $F_{table} = (k ; n - k) = (3 ; 35 - 3) = (3 ; 32)$ , bersumber pada Table Uji-F Nilai F<sub>table</sub> merupakan 2,90. Jadi  $F_{hitung} > F_{table}$  ( $24,175 > 2,90$ ), hingga hipotesis membuktikan "Harga (X1), Kualitas Produk (X2) dan Tempat (X3) secara simultan memengaruhi Volume Penjualan (Y) pada Mess Café Surabaya, teruji serta benar. Perihal ini pula nampak taraf signifikansi 0,000 (0%) terletak jauh pada dasar 1 serta 5%. Menurut totalitas koefisien korelasi simultan (R) merupakan 0,701 (70,1%) yang diartikan pula sangat kokoh yang secara simultan bahwa harga (X1), kualitas produk (X2) dan tempat (X3) mempunyai interaksi kuat (diatas 50%) terhadap volume penjualan (Y) Mess Café Surabaya.

### Uji Parsial (uji T)

Pengujian ini diterapkan dalam memehami secara parsial pengaruh variable bebas pada variable dependen. Ditemukan bahwa variable independen Harga (X1), Kualitas Produk (X2) dan Tempat (X3) significant pengaruhi variable terikat yakni Volume Penjualan (Y) Di Mess Café Surabaya, dengan taraf probabilitas T bersama significant 5 %.

Variabel	T <sub>hitung</sub>	T <sub>tabel</sub>	Sig.	Keterangan
X <sub>1</sub>	2,331	2.03951	,000	Signifikan
X <sub>2</sub>	0,716	2.03951	,003	Signifikan
X <sub>3</sub>	1,907	2.03951	,010	Signifikan

Dengan menggunakan hasil Uji T sebelumnya, mampu dijelaskan bahwa variable independen Harga (X1), Kualitas Produk (X2) dan Tempat (X3), memiliki pengaruh parsial significant pada variable dependen, Volume Penjualan (Y) pada

Mess Café Surabaya. Persoalan ini mampu dijalankan dengan penjelasan derajat kebebasan (DK) 95, dengan taraf kesalahan 5%, sehingga  $T_{table}$  melalui rumus  $T_{table} = (a - 2 : n - k - 1) = (0,05 : 2 : 35 - 3 - 1) = (0,025 : 31)$ , menurut  $T_{table}$  senilai 2.03951, hipotesis mampu

### Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi diterapkan dalam menilai proporsi maupun presentasi kontribusi semua variable bebas ( $X_1$ ,  $X_2$  dan  $X_3$ ) yang ada pada bentuk regresi variable dependen (Y) (Budiyono, 2015). Nilai  $R^2$  mampu diperhatikan lewat nilai *R Square*.

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.837 <sup>a</sup>	.701	.672	1.932	1.504

Melalui perolehan analisa dengan SPSS versi 22.00 mampu disimpulkan bahwa koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang didapatkan ialah 0,701. Perihal ini membuktikan pengaruh 3 variable bebas ( $X_1$ ,  $X_2$  dan  $X_3$ ) terhadap Volume Penjualan (Y) bernilai 70,1%, sehingga sisanya 29,9% selaku kontribusi yang dipengaruhi oleh variable yang lain tidak ada di analisa berikut.

### Saran

Menurut pengujian data serta outputnya, penulis mampu menaruh saran supaya volume penjualan pada Mess café Surabaya bisa dipertahankan ataupun ditingkatkan. Terdapat pula saran penguji yakni:

1. Semestinya pemilik Mess café Surabaya senantiasa mempertahankan serta mempertinggi harga untuk dikenakan dalam cafenya, supaya staff mampu menaikkan volume

penjualan supaya lebih sempurna dari sebelumnya.

2. Kiranya owner ikut menjaga kualitas prodak agar para pegawai memiliki rasa tanggung jawab dan membantu antar pegawai, dimana kualitas produk dapat meningkatkan volume penjualan
3. Sebaiknya owner tetap memperhatikan sarana dan prasarana yang ada agar pegawai dapat bekerja semaksimal mungkin.
4. Owner memberikan pelatihan kepada pegawainya sehingga volume penjualan bisa meningkat dan sesuai dengan visi misi lembaga.

### Daftar Pustaka

- Agusri, 2019, Pengaruh Harga Terhadap Volume Penjualan Pada Mebel Sinar Barokah Tanjung Karang Kabupaten Muara Enim.
- Ayu Agustina dan Siti Sunrowiyati, 2019, Analisis Faktor Kualitas Produk dan Harga guna Meningkatkan Volume Penjualan pada Usaha Genteng UD Super Blitar.
- Cornelia Dumarya Manik, 2015, Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Tingkat Penjualan pada perumahan Serpong Garden.
- Angipora, Marius P. Dasar-dasar Pemasaran. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2019.
- Rahma. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) merek Aqua. Semarang : Universitas Diponegoro, 2017

- Kotler, Philip. Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT. Prenhallindo, 2015
- Kotler, Philip dan Keller. Manajemen Pemasaran, Edisi 12 Jilid 1. Jakarta: PT Indeks, 2017
- Kotler, Philip. Manajemen Pemasaran, Edisi 12 Jilid 2. Jakarta: Indeks, 2018
- Kotler dan Keller. Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi 13. Jakarta: Erlangga, 2019
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi 12 Jilid 1. Jakarta: Erlangga, 2015
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. Principle Of Marketing 15th Edition (New Jersey: Pearson Prentice Hall, 2009
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga, 2015
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. Principles of Marketing. Jakarta: Erlangga, 2015
- Lupiyoadi, Rambat. Manajemen Pemasaran Jasa (Teori dan Praktek). Depok: Salemba Empat, 2015
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi Kedua. Jakarta: Salemba Empat, 2016
- Larosa, "Pengaruh Harga. Nilai Manfaat dan Kualitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Handphone Blackberry di Surabaya". Journal of Business and Banking Volume 3 No. 2 November 2016 – STIE Perbanas, Surabaya, 2016.
- Handoko, T. Hani. "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Toshiba pada Mahasiswa di Kota Padang". EJournal Fakultas Ekonomi – Universitas Bung Hatta Padang, 207
- Saladin, DDjaslim, M. Manajemen Pemasaran. Jakarta : Bumi Aksara, 2017
- Wijaya. Manajemen Pemasaran untuk Engineering. Yogyakarta : Andi Offset, 2015
- swasta, Irwan. Manajemen Pemasaran. Kudus: Nora Media Interprisse, 2018
- Theodore levit: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Terjemahan. Jakarta: Erlangga, 2017
- Budiyono. "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Warung Ikan Bakar Seafood Genteng Besar". Universitas Negeri Surabaya, 2015
- Swastha, Tjipto, "Analisa Strategi Pemasaran Unilever". Tugas Akhir – Universitas Airlangga, 2016