

ARTIKEL/JURNAL

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
TINGKAT PENJUALAN PADA USAHA PRODUK ROTI
DI KOTA METRO**

Oleh:

**ROSA LIANA
NPM. 2203030033**



**Program Studi Akuntansi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JURAI SIWO LAMPUNG
1448 H / 2026 M**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP TINGKAT
PENJUALAN PADA USAHA PRODUK ROTI DI KOTA METRO**

Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Akuntansi (S.Akun.)

Oleh:

ROSA LIANA
NPM. 2203030033

Pembimbing: Dian Oktarina, M.M.

Program Studi Akuntansi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JURAI SIWO LAMPUNG
1448 H / 2026 M**

NOTA DINAS

Nomor : -
Lampiran : 1 (satu) berkas
Perihal : Pengajuan untuk di Uji Artikel

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Jurai Siwo Lampung
Di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah kami adakan pemeriksaan dan bimbingan seperlunya maka Artikel yang disusun oleh:

Nama : Rosa Liana
NPM : 2203030033
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Akuntansi Syariah
Judul : PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA
Artikel TERHADAP TINGKAT PENJUALAN PADA USAHA
PRODUK ROTI DI KOTA METRO

Sudah kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk di Uji Artikel. Demikian harapan kami dan atau penerimaannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Metro, Mei 2026
Dosen Pembimbing



Dian Oktarina, M.M.
NIP. 199110312019032017

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
Artikel TINGKAT PENJUALAN PADA USAHA PRODUK ROTI DI
KOTA METRO
Nama : Rosa Liana
NPM : 2203030033
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Akuntansi Syariah

MENYETUJUI

Sudah dapat kami setujui untuk Uji Artikel Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri (UIN) Jurai Siwo Lampung.

Metro, Mei 2026
Dosen Pembimbing



Dian Oktarina, M.M.
NIP. 199110312019032017



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JEMBARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34112
Telp (0725) 41507 Fax (0725) 47296 Website: www.uinjember.ac.id, humas@uinjember.ac.id

PENGESAHAN ARTIKEL

No. : B-1934/Un-36.3/D/PP.00.9/06/2026.

Artikel dengan judul: PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP TINGKAT PENJUALAN PADA USAHA PRODUK ROTI DI KOTA METRO, disusun oleh: Rosa Liana, NPM: 2203030033, Program Studi Akuntansi Syariah, telah diujikan dalam Uji Artikel Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Rabu/17 Juni 2026.

7

TIM PENGUJI

Penguji I : Dian Oktarina, M.M.
Penguji II : Thoyibatun Nisa, M.Akt.
Penguji III : Witantri Dwi Swandini, M.Ak.



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. D. Santoso, M.H.
NIP.19670316 199503 1 001

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP TINGKAT PENJUALAN PADA USAHA PRODUK ROTI DIKOTA METRO

Oleh:

Rosa Liana

NPM: 2203030033

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap tingkat penjualan pada usaha produk roti di Kota Metro. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan kausal asosiatif. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 75 responden pelaku usaha roti di Kota Metro yang dipilih menggunakan purposive sampling dengan rumus Slovin. Analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi linier berganda melalui bantuan SPSS versi 27, yang mencakup uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, uji t, uji f, serta koefisien determinasi.

Hasil uji t menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh terhadap variabel yang diteliti positif dan signifikan terhadap tingkat penjualan, sedangkan harga berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap tingkat penjualan. Hasil uji f menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap tingkat penjualan. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,455 menunjukkan bahwa sebesar 45,5% perubahan tingkat penjualan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk dan harga, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas produk merupakan faktor dominan dalam meningkatkan tingkat penjualan usaha roti di Kota Metro, sehingga pelaku usaha perlu memprioritaskan peningkatan kualitas produk guna memenangkan persaingan pasar.

Kata kunci: *Kualitas produk, harga, tingkat penjualan pada usaha roti dikota metro*

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rosa Liana

NPM : 2203030033

Prodi : Akuntansi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa Artikel ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, 17 Juni 2026

Yang menyatakan,



Rosa Liana

NPM. 2203030033

MOTTO

وَاتَّبِعْ مَا يُوحَىٰ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرًا ۝٢

Ikutilah apa yang diwahyukan Tuhanmu kepadamu. Sesungguhnya Allah Maha teliti terhadap apa yang kamu kerjakan.

(Q.S. Al-Ahzab:2)

“Mustahil adalah bagi mereka yang tidak pernah mencoba”

(**Rosa Liana**)

PERSEMBAHAN

Dengan kerendahan hati dan rasa Syukur yang tak terukur kepada Allah SWT. Penulis persembahkan Artikel ini kepada:

1. Kedua orang tua ku tercinta Bapak Samidi dengan Ibu Kalinem yang dengan ketulusan, kesabaran, dan kasih sayang yang tak terhitung telat membimbing penulis sejak masa kecil hingga mencapai bangku perguruan tinggi. Terimakasih atas setiap doa yang dipanjatkan, setiap nasihat yang diberikan, dan setiap pengorbanan yang mengiringi langkah penulis hingga mampu menyelesaikan artikel dan meraih gelar sarjana. Terimakasih pula atas cintanya yang tidak pernah berkurang dan dukungannya yang tidak pernah berhenti menguatkan penulis sepanjang perjalanan Pendidikan ini. Semoga Allah SWT membalas kebaikan dan ketulusan dengan keberkahan dan Kesehatan usia. Amiin.
2. Teruntuk kakak kandungku, Bongkor dan Tasya Cornelia, terimakasih yang senantiasa memberikan dukungan dan motivasi serta meluangkan waktu untuk menghibur penulis Ketika hampir menyerah, sehingga penulis dapat bangkit kembali dan menyelesaikan proses penyusunan artikel ini.
3. Ibu Dian Oktarina, M.M., Selaku dosen Pembimbing Artikel yang dengan penuh kesabaran membimbing, mengarahkan selama proses penyusunan artikel ini.
4. Ibu Carmidah, M.Ak., Selaku dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan motivasi dan arahan.
5. Seluruh dosen dan tenaga kependidikan terimakasih yang telah memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman serta kontribusi berharga selama masa studi penulis.
6. Untuk sahabat ku Putri Rahma Sari terimakasih sudah menjadi sahabat saling support dan menjadi sahabat yang menerima keluh kesah penulis. Terimakasih atas dukungan dan kerjasama selama menempuh pendidikan ini serta penyelesaian penyusunan skripsi ini.
7. Terakhir, terimakasih untuk diri saya sendiri “Rosa Liana” terimakasih sudah bertahan sampai titik ini dan sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan artikel ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

KATA PENGANTAR

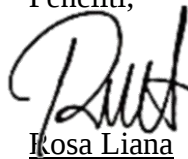
Segala puji bagi hadirat Allah SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang. Yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan Artikel ini dengan baik. Tujuan penyusunan Artikel ini adalah sebagai salah satu persyaratan akademik dalam menyelesaikan program Sarjana (S1) Jurusan Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Syariah (FEBS) untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Islam Negeri Jember Siwo Lampung. Dalam penulisan penelitian ini, peneliti tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Ucapan terima kasih peneliti sampaikan kepada:

1. Prof. Dr. Ida Umami, M.Pd., Kons, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Jember Siwo Lampung;
2. Dr. Dri Santoso, M.H., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Jember Siwo Lampung;
3. Atika Lusi Tania, M.Acc.,ak.,A-CPA Selaku Ketua Program Studi Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Jember Siwo Lampung;
4. Dian Oktarina, M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan guna terselenggaranya artikel ini;
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBS) serta staff Universitas Islam Negeri Jember Siwo Lampung.

Kritik dan saran demi perbaikan artikel ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan kelapangan dada. Semoga artikel ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu Ekonomi Syariah.

Metro, 17 Juni 2026

Peneliti,



Rosa Liana

NPM. 2203030033

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA DINAS.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
ABSTRAK	vi
HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN.....	vii
HALAMAN MOTTO	viii
PERSEMBAHAN.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
ABSTRAK	1
PENDAHULUAN	1
TINJAUAN PUSTAKA.....	5
METODE PENELITIAN	8
HASIL	9
PEMBAHASAN	15
PENUTUP.....	16
DAFTAR PUSTAKA.....	17
LAMPIRAN-LAMPIRAN	20
DAFTAR RIWAYAT HIDP	47

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP TINGKAT PENJUALAN PADA USAHA PRODUK ROTI DI KOTA METRO

Rosa Liana¹, Dian Oktarina², Thoyibatun Nisa³, Witantri Dwi Swandini⁴

¹Universitas Islam Negeri Jurai Siwo Lampung

E-mail: lianarosa905@gmail.com¹, dianoktarina@metrouniv.ac.id², nisathoyibatun90@gmail.com³,
Witantridwiswandini@metrouniv.ac.id⁴

Article History:

Received: (diisi oleh editor)

Revised: (diisi oleh editor)

Accepted: (diisi oleh editor)

Keywords: kualitas produk,
harga, tingkat penjualan pada
usaha roti dikota metro

Abstract: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap tingkat penjualan pada usaha produk roti di Kota Metro. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan kausal asosiatif. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 75 responden pelaku usaha roti di Kota Metro yang dipilih menggunakan purposive sampling dengan rumus Slovin. Analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi linier berganda melalui bantuan SPSS versi 27, yang mencakup uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, uji t, uji f, serta koefisien determinasi. Hasil uji t menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh terhadap variabel yang diteliti positif dan signifikan terhadap tingkat penjualan, sedangkan harga berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap tingkat penjualan. Hasil uji f menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap tingkat penjualan. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,455 menunjukkan bahwa sebesar 45,5% perubahan tingkat penjualan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk dan harga, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas produk merupakan faktor dominan dalam meningkatkan tingkat penjualan usaha roti di Kota Metro, sehingga pelaku usaha perlu memprioritaskan peningkatan kualitas produk guna memenangkan persaingan pasar.

PENDAHULUAN

Di masa era globalisasi kini dengan persiapan yang sesuai untuk berbagai komponen produksi, perdagangan bebas menjadi fenomena yang wajib. Perusahaan harus mempersiapkan diri sebaik mungkin agar tidak terdampak oleh perkembangan perdagangan global karena dampak perdagangan bebas sekarang sudah sulit dicapai dan akan berdampak pada seluruh dunia. (Irawan, 2020). Industri kecil dan menengah (IKM) Indonesia saat ini berkembang dengan sangat cepat, meningkatkan perekonomian lokal. Ikm ini tersebar di

berbagai Lokasi di Indonesia, meliputi sektor kuliner, kerajinan tangan, Tekstil, dan teknologi tinggi. Ikm ini mengurangi pengangguran dan mendorong perekonomian Indonesia dari sabang hingga Merauke. Usaha kecil dan menengah biasanya memenuhi kriteria termasuk pembiayaan sendiri, pasar local, dan asset yang sederhana. Menurut data dari usaha kecil dan UMKM mencakup sebesar sekitar 99% dari seluruh Perusahaan Indonesia dengan total 51,26 juta Perusahaan (Mokalu & Tumbel, 2015)

Menurut (Mahfuz dkk., 2022) Tingkat Penjualan suatu produk sangat di pengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal yang saling berkaitan. Penjualan tidak hanya bergantung pada produk itu sendiri. Salah satu indikator utama dari kemampuan ini adalah pemahaman dan penguasaan terhadap kualitas produk dan strategi penetapan harga. Menurut (Kusmayati & Adiyanto, 2020) penjualan merupakan interaksi langsung antara individu yang bertujuan untuk membangun, memperbaiki, mengendalikan atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan. Menurut (Dinata & Candra, 2025.) Selain itu penjualan juga dapat diartikan sebagai upaya seseorang dalam menyalurkan barang kepada pihak yang membutuhkan dengan imbalan berupa uang sesuai dengan harga yang telah disepakati bersama.

Kota Metro dikenal sebagai kota pendidikan yang tidak hanya berkembang dalam sektor akademik, tetapi juga dalam usaha makanan, khususnya pada usaha makanan yang mayoritas didominasi oleh usaha roti. Berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan UMKM, tercatat sekitar 300 usaha roti yang telah terdaftar. UMKM di Kota Metro didukung oleh meningkatnya jumlah penduduk, aktivitas perdagangan, serta tingginya permintaan masyarakat terhadap berbagai produk konsumsi, termasuk produk makanan dan minuman. Salah satu jenis usaha yang berkembang adalah usaha roti yang menawarkan beragam produk untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Setiap pelaku usaha dituntut untuk mampu menghasilkan produk yang berkualitas serta menetapkan harga yang sesuai agar dapat menarik minat konsumen dan mempertahankan tingkat penjualan. Oleh karena itu, Kota Metro menjadi lokasi yang relevan untuk mengkaji pengaruh kualitas produk dan harga terhadap tingkat penjualan pada UMKM roti karena memiliki potensi pasar yang cukup besar dan tingkat persaingan usaha yang relatif tinggi.

Untuk melihat bagaimana Tingkat penjualan pada Usaha roti dikota metro berikut data penjualan tahun 2024-2025:

Tabel 1. data penjualan Usaha Roti di Kota Metro tahun 2024-2025

No	Nama usaha	Penjualan tahun 2024/pcs	Penjualan tahun 2025/pcs
1	Songo Bakery	9.200/pcs	11.000/pcs
2	Desi cake & cookies	12.000/pcs	7.200/pcs
3	Global Bakery	9.000/pcs	12.500/pcs
4	Asila Bakery	16.000/pcs	9.600/pcs
5	Papaben	11.300/pcs	10.600/pcs

Sumber: Usaha roti dikota metro

Berdasarkan data penjualan usaha roti di Kota Metro tahun 2024–2025, terlihat adanya fenomena penurunan penjualan pada beberapa usaha roti meskipun industri roti terus berkembang. Dari 5 usaha yang diamati, terdapat lima usaha yang mengalami penurunan penjualan, yaitu Desi Cake & Cookies dari 12.000 pcs menjadi 7.200 pcs, Papaben dari 11.300 pcs menjadi 10.600 pcs, dan Asila Bakery dari 16.000 pcs menjadi 9.600 pcs, Di sisi lain, beberapa usaha lain justru mengalami peningkatan penjualan yang cukup signifikan, seperti Global Bakery, Dan Songo Bakery. Fenomena ini menunjukkan bahwa tingkat

penjualan setiap usaha roti tidak selalu mengalami peningkatan dan terdapat perbedaan kemampuan usaha dalam mempertahankan pelanggan serta menarik konsumen baru. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa faktor kualitas produk dan harga kemungkinan menjadi pertimbangan konsumen dalam keputusan, sehingga dapat memengaruhi tingkat penjualan pada usaha roti di Kota Metro. Oleh karena itu, penting untuk meneliti pengaruh kualitas produk dan harga terhadap tingkat penjualan agar diketahui faktor yang berkontribusi terhadap keberhasilan maupun penurunan penjualan usaha roti. Pemilihan 5 usaha roti tersebut didasarkan pada beberapa pertimbangan. Pertama, kelima usaha tersebut merupakan usaha roti yang aktif beroperasi di Kota Metro dan memiliki data penjualan yang dapat diperoleh secara lengkap selama periode penelitian tahun 2024–2025. Kedua, usaha-usaha tersebut memiliki karakteristik yang sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu bergerak pada bidang usaha roti dan memiliki jumlah penjualan yang bervariasi sehingga dapat memberikan gambaran mengenai kondisi tingkat penjualan usaha roti di Kota Metro. Ketiga, kelima usaha tersebut dipilih karena bersedia memberikan informasi yang dibutuhkan peneliti terkait kualitas produk, harga, dan tingkat penjualan. Dengan demikian, pemilihan usaha Songo Bakery, Desi Cake & Cookies, Global Bakery, Asila Bakery, dan Papaben diharapkan dapat mewakili kondisi usaha roti di Kota Metro serta mendukung tercapainya tujuan penelitian mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap tingkat penjualan.

Permasalahan utama berupa belum stabilnya tingkat penjualan pada usaha roti. Hal ini terlihat dari adanya beberapa usaha yang mengalami penurunan penjualan cukup signifikan, seperti Desi Cake & Cookies, Asila Bakery, dan Papaben,. Padahal, usaha-usaha tersebut beroperasi pada pasar yang sama dan menawarkan produk yang sejenis. Kondisi ini menunjukkan bahwa tidak semua pelaku usaha mampu mempertahankan tingkat penjualannya di tengah persaingan yang semakin ketat. Selain itu, meningkatnya jumlah usaha roti di Kota Metro menyebabkan konsumen memiliki lebih banyak pilihan dalam membeli produk roti. Akibatnya, pelaku usaha dituntut untuk mampu menyediakan produk yang berkualitas serta menetapkan harga yang sesuai dengan daya beli dan harapan konsumen. Apabila kualitas produk tidak sesuai dengan keinginan konsumen atau harga yang ditetapkan dianggap kurang sesuai, maka konsumen dapat beralih ke produk pesaing sehingga berdampak pada menurunnya tingkat penjualan. Permasalahan tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga menjadi faktor penting yang perlu diperhatikan oleh pelaku usaha roti dalam upaya meningkatkan dan mempertahankan tingkat penjualan. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap tingkat penjualan pada usaha roti di Kota Metro untuk mengetahui sejauh mana kedua faktor tersebut berperan dalam meningkatkan penjualan usaha. Dalam penelitian ini, Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2016) variabel kualitas produk dipilih karena merupakan bagian dari unsur produk yang dapat memengaruhi minat konsumen dalam melakukan pembelian, sedangkan variabel harga dipilih karena menjadi pertimbangan konsumen dalam menilai kesesuaian manfaat yang diperoleh dengan biaya yang dikeluarkan. Kedua variabel tersebut diyakini dapat memengaruhi tingkat penjualan UMKM roti di Kota Metro. Pemilihan variabel tingkat penjualan didasarkan pada adanya perbedaan pencapaian penjualan antar UMKM roti yang menunjukkan bahwa keberhasilan penjualan masih menjadi permasalahan yang perlu dikaji.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Maini dkk., 2024) bahwa kualitas produk dan harga berdampak positif dan signifikan terhadap volume penjualan UMKM makanan dan minuman. Sedangkan penelitian oleh (Vimandita & Bahrin, 2021) menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga tidak berdampak positif dan signifikan terhadap volume penjualan pada pelaku usaha kecil menengah. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Dianah dan Wesla, 2021) menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan Beras Bulog Premium Di Perusahaan Umum

Bulog Kantor Wilayah Lampung , Selanjutnya penelitian (Muslih dkk., 2023) yang membuktikan bahwa harga tidak berdampak positif terhadap volume penjualan pada pelaku usaha UMKM makanan di kecamatan pancoran jakarta selatan saat pandemi covid 19. Studi (Noer Aji Febriyanto, 2015) bahwa kualitas produk tidak berdampak positif dan signifikan terhadap volume penjualan dibuktikan pada data penjualan yang terjadi pada tahun 2013-2014 dengan mengalami penurunan. Sedangkan peneliti (Frendy O Mokalu dan Altje Tumbel, 2019) kualitas produk berdampak positif dan signifikan terhadap volume penjualan. Hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap volume penjualan masih menunjukkan adanya ketidakkonsisten terkait pengaruh kualitas produk dan harga terhadap volume penjualan. Beberapa penelitian menemukan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan, sedangkan penelitian lainnya menunjukkan hasil yang berbeda. Perbedaan hasil tersebut dapat disebabkan oleh karakteristik responden yang beragam, tingkat kesiapan terhadap teknologi, serta perbedaan objek dan lokasi penelitian. Research gap dalam penelitian ini terletak pada masih dominannya penggunaan variabel volume penjualan sebagai variabel dependen dalam penelitian sebelumnya, serta adanya hasil penelitian yang belum konsisten mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap Tingkat penjualan. Selain itu, objek penelitian pada UMKM produk roti di Kota Metro masih jarang dikaji. Sementara itu, keterbaruan dalam penelitian ini terletak pada penggunaan variabel tingkat penjualan sebagai variabel dependen dan sebagian besar penelitian sebelumnya masih menggunakan variabel volume penjualan sebagai variabel dependen yang hanya mengukur jumlah produk yang terjual, sedangkan tingkat penjualan tidak hanya mencerminkan jumlah produk yang terjual tetapi juga kemampuan usaha dalam mempertahankan dan meningkatkan penjualan secara berkelanjutan. Penelitian ini juga memberikan kontribusi empiris pada konteks UMKM roti di Kota Metro yang masih terbatas dalam kajian sebelumnya, Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap tingkat penjualan produk roti di kota metro serta memperjelas hasil penelitian terdahulu yang masih menunjukkan ketidakkonsistenan.

Penelitian ini merujuk pada teori pemasaran menurut Basu Swastha (2023), yang menyatakan bahwa tingkat penjualan suatu produk sangat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam mengelola elemen-elemen internal, terutama Kualitas Produk dan Strategi Penetapan Harga. Dalam perspektif ini, kualitas produk dipandang sebagai kemampuan untuk memenuhi keinginan konsumen melalui atribut yang melekat, sedangkan harga dipandang sebagai nilai tukar yang realistis dan kompetitif. Penelitian ini memanfaatkan teori Basu Swastha karena fungsinya dalam menjelaskan variabel yang diteliti, di mana kualitas produk dan harga merupakan elemen kunci yang dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli, yang pada akhirnya berdampak pada pencapaian target Tingkat penjualan Perusahaan (Mandala Setio & Benny Gunawan, 2025). Menurut Buchari Alma (2020) kualitas produk dan harga memiliki pengaruh terhadap Tingkat penjualan karena konsumen cenderung memilih produk yang memiliki mutu baik dengan harga yang sesuai kemampuan mereka. Kualitas produk yang baik akan menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan, sedangkan harga yang tepat dapat meningkatkan daya Tarik konsumen untuk melakukan pembelian. Oleh sebab itu, apabila suatu usaha mampu mempertahankan kualitas produk dan menetapkan harga yang sesuai maka Tingkat penjualan akan meningkat.

Menurut (Prayuda & Yulasmi, 2018) penjualan merupakan tujuan dari pemasaran artinya perusahaan melalui departemen/bagian pemasaran termasuk tenaga penjualan (*sales force*) nya akan berupaya melakukan kegiatan penjualan untuk menghabiskan produk yang dihasilkan Dalam kegiatan pemasaran, kenaikan Tingkat penjualan merupakan efektivitas meskipun tidak setiap kenaikan tingkat penjualan diikuti dengan kenaikan laba. Untuk

mencapai penjualan yang maksimal, perusahaan harus menargetkan banyaknya penjualan produk dalam jangka waktu tertentu.

TINJAUAN PUSTAKA

Theory Pemasaran

Pemasaran (Marketing) merupakan suatu proses penyusunan komunikasi terpadu yang bertujuan untuk memberikan informasi mengenai barang atau jasa yang berkaitan dengan memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia. Menurut Tjiptono, (2012) Pemasaran berarti kegiatan individu yang diarahkan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan melalui barter. Pemasaran berarti menentukan dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial dengan maksud memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia, sehingga dapat dikatakan bahwa keberhasilan pemasaran merupakan kunci kesuksesan dari sebuah perusahaan. Pemasaran sangat berperan penting untuk menjalankan rencana untuk mencapai tujuan sebuah usaha. Hal tersebut dapat terus terjadi jika seorang pengusaha dapat terus meningkatkan penjualan produk atau jasa yang mereka produksi. Perlu bagi seorang pengusaha untuk memanfaatkan setiap peluang yang ada tentunya dengan menerapkan strategi pemasaran yang terbaik agar kedudukan perusahaan atau UMKM di pasar dapat terus bertahan dan meningkat. (Petri, 2020)

Kualitas Produk

Menurut (Kotler, 2020) Kualitas produk dapat diartikan sebagai kemampuan suatu barang dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan, baik dari segi fungsi, daya tahan, maupun keunggulan lainnya. (Lestari dkk., 2022) mengatakan bahwa kualitas produk dapat mempengaruhi tingkat penjualan pada usaha khususnya usaha roti. (Lailla dkk., 2022) Kualitas produk berkaitan dengan kemampuan produk dalam memberikan kinerja sesuai yang diharapkan konsumen. Ketika kualitas produk baik, konsumen cenderung melakukan pembelian ulang serta merekomendasikan kepada orang lain, sehingga berdampak pada peningkatan penjualan. Selain itu, kualitas yang unggul juga menjadi keunggulan kompetitif di pasar, sehingga produk lebih diminati dibandingkan pesaing. Dengan demikian, semakin tinggi kualitas produk yang ditawarkan, maka semakin besar pula peluang peningkatan tingkat penjualan. Oleh karena itu, perusahaan perlu menempatkan kualitas produk sebagai prioritas utama, karena Tingkat penjualan menjadi kunci untuk menjaga keberlangsungan usaha serta mampu bersaing dengan kompetitor di pasar (Aghitsni & Busyra, 2022). (Tjiptono, 2020) Menjelaskan 5 indikator kualitas produk yaitu:

- a) kinerja (*performance*) produk sesuai dengan manfaat.
- b) fitur (*features*) variasi produk sesuai kebutuhan.
- c) keandalan (*reliability*) keandalan produk dalam penggunaan secara normal.
- d) kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance*) keunggulan produk,
- e) daya tahan (*durability*) produk bertahan lama,

Harga

Menurut (Asnawi dkk., 2022) Pemasaran persepsi harga melibatkan strategi. Jika harga dalam sebuah bisnis sudah naik, barang tersebut akan susah dijual atau nilai jualnya akan rendah. (Yosepha, 2023) mengemukakan 3 dimensi harga yaitu ambahan dimensi harga *Price Acceptance* (penerimaan harga) (2) *Price Evaluation* (evaluasi harga) dan (3) *Perceive Worth* (nilai yang dirasakan). (Batubara & Hidayat., 2016) mengatakan bahwa harga merupakan bagian dari strategi pemasaran yang akan langsung berpengaruh terhadap pendapatan maupun tingkat penjualan. Harga akan menunjukkan berapa besar laba yang diperoleh perusahaan maupun UMKM. Jika persepsi harga rendah maka tingkat penjualan juga secara sendirinya akan rendah. Persepsi sebuah harga menjadi hal yang sangat penting

.....
.....

karena akan menjadi pedoman bagi pelanggan sebelum melakukan sebuah produk tertentu. (Rahmat dkk., 2024.) Dalam hal ini setiap penjual perlu untuk memberikan harga terbaik yang terencana untuk setiap produknya agar strategi harga berjalan baik dan dapat mencapai target penjualan.

- . Berdasarkan (Widiarti Lestariningsih dkk., 2023), terdapat 5 indikator yaitu:
- Keterjangkauan harga, yaitu penetapan harga yang disesuaikan dengan kemampuan daya beli konsumen, sehingga produk dapat dijangkau oleh target pasar.
 - Daya saing harga, yaitu penawaran harga dengan daya saing produk roti lain yang diberikan oleh penghasil/penjual dengan harga relative murah,
 - Kesesuaian harga dengan keuntungan, atau keuntungan yang sesuai dengan harga,
 - Kesesuaian harga dengan kualitas produk, yaitu penetapan harga yang dilakukan oleh produsen atau penjual dengan mempertimbangkan tingkat kualitas barang, sehingga harga yang dibayar konsumen sebanding dengan manfaat dan kualitas yang diterima.
 - Kesesuaian harga dengan manfaat yaitu sesuai dengan manfaat yang diterima oleh pelanggan.

Tingkat Penjualan

(Lestari dkk., 2020.) Penjualan yang terdiri dari sejumlah besar jenis produk dibandingkan dengan total pendapatan yang diperoleh dari hasil penjualan dikenal sebagai volume penjualan. (Rahmayanti., 2023) Perusahaan dalam menghasilkan barang/jasa, mempunyai tujuan akhir yaitu menjual barang/jasa tersebut kepada konsumen. Oleh karena itu, penjualan memegang peranan penting bagi perusahaan agar produk yang dihasilkan oleh perusahaan dapat terjual dan memberikan penghasilan bagi perusahaan. Penjualan yang dilakukan oleh Perusahaan bertujuan untuk menjual barang/jasa yang diperlukan sebagai sumber pendapatan untuk menutup semua ongkos guna memperoleh laba. Kegiatan penjualan merupakan suatu kegiatan yang harus dilakukan oleh perusahaan dengan memasarkan produknya baik berupa barang atau jasa. Kegiatan penjualan yang dilaksanakan oleh perusahaan bertujuan untuk mencapai Tingkat penjualan yang diharapkan dan menguntungkan untuk mencapai laba maksimum bagi perusahaan. Pengertian penjualan menurut (Marbun, 2003) adalah “total barang yang terjual oleh Perusahaan dalam jangka waktu tertentu”.

(Sudrartono, 2021) menyebutkan bahwa tingkat penjualan adalah cara untuk mengukur jumlah produk yang terjual. Salah satu tujuan utama sebuah perusahaan atau organisasi adalah mencapai tingkat penjualan yang tinggi. Untuk meningkatkan penjualan, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan saat melakukan kegiatan penjualan. Beberapa indikator ini dapat digunakan sebagai pengukur untuk mengetahui seberapa banyak penjualan yang dilakukan oleh (Batubara & Hidayat, 2020) antara lain,

- Mencapai target penjualan artinya perusahaan dapat mencapai jumlah unit produk yang dijual sesuai dengan target penjualan,
- Mendapat laba berarti perusahaan memperoleh keuntungan dari kegiatan operasionalnya atau dari produk yang dijual kepada konsumen.
- Meningkatkan pertumbuhan artinya perusahaan harus mempertahankan tingkat penjualan, aktiva, dan laba yang sama.
- Meningkatkan jumlah pelanggan yaitu bertambahnya jumlah orang yang membeli atau menggunakan produk/jasa suatu usaha dari waktu ke waktu.
- Stabilitas penjualan artinya kondisi di mana tingkat penjualan suatu usaha relatif tetap atau tidak mengalami fluktuasi yang besar dalam periode tertentu.

Pengembangan Hipotesis

Hipotesis dapat didefinisikan sebagai pernyataan tentang sesuatu yang kebenarannya masih tentative atau sementara. Dalam metodologi penelitian, hipotesis adalah asumsi awal atau jawaban yang seharusnya atau suatu masalah yang kemudian akan diuji dan divalidasi melalui proses penelitian. Dalam hal ini, penelitian bermaksud menguji pengaruh kualitas produk dan harga terhadap Tingkat penjualan,

1. Pengaruh kualitas produk terhadap Tingkat penjualan

Kualitas produk mempunyai pengaruh dalam meningkatkan penjualan artinya jika kualitas produk semakin tinggi akan mempengaruhi tingginya tingkat penjualan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas dalam suatu produk dapat mempengaruhi minat beli konsumen karena kualitas yang berpusat konsumen adalah keseluruhan fitur dan sifat produk yang berpengaruh pada kemampuan untuk menarik perhatian dan memuaskan kebutuhan konsumen. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Nazzaruddin Aziz., 2020) Dimana hasilnya adalah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap tingkat penjualan. Namun berbeda dengan temuan peneliti dari (M. Arif Adriansyah., 2021) bahwa hasilnya adalah kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan.

Dari penjelasan tersebut maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Ha1: kualitas produk berpengaruh terhadap Tingkat penjualan

2. Pengaruh Harga terhadap Tingkat penjualan

Harga mempunyai pengaruh dalam meningkatkan Tingkat penjualan. Harga digunakan konsumen untuk menentukan suatu produk bilamana harga dihubungkan dengan manfaat atas suatu barang yang digunakan. Dilihat dari penetapan harga yang ditawarkan perusahaan tidak sesuai dengan kualitas yang ada dalam produk dan harga yang lebih tinggi dari pesaing dengan produk yang sejenis, hal ini karena perusahaan kurang memperhatikan persaingan yang terjadi pada pasar dan hal ini mengakibatkan tingkat penjualan turun. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Tembest citra & Kalangi., 2020) dimana hasilnya adalah harga berpengaruh signifikan terhadap Tingkat penjualan. Selanjutnya penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Wahyu Adi, 2022) bahwa penelitian ini menunjukkan secara parsial, harga tidak memiliki pengaruh terhadap Tingkat penjualan. Hal ini membuktikan bahwa penyesuaian harga yang kompetitif berbanding lurus dengan peningkatan jumlah unit yang terjual.

Dari penjelasan tersebut maka yang diajukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

Ha2: Harga berpengaruh terhadap Tingkat penjualan

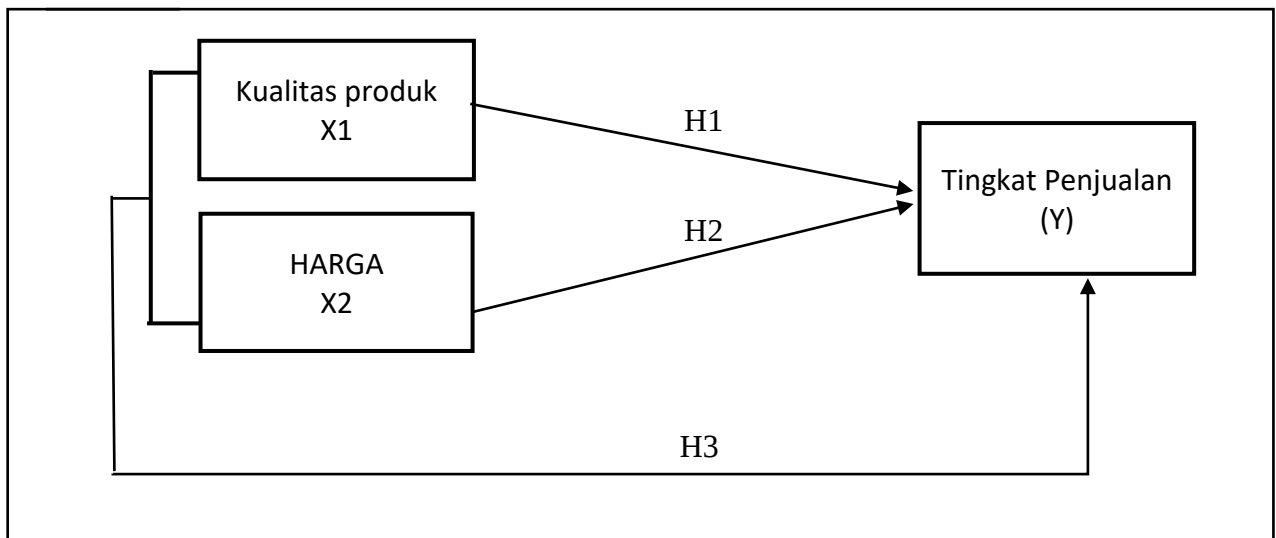
3. Kualitas produk dan harga terhadap Tingkat penjualan

Semakin baiknya kualitas produk perusahaan akan meningkatkan kualitas produk dan harga pada akhirnya akan meningkatkan Tingkat penjualan, maka untuk itu perusahaan harus berupaya untuk meningkatkan kualitas produk dan memperhatikan keterjangkauan harga dalam rangka meningkatkan tingkat penjualan. Penelitian yang dilakukan oleh (Dennis, 2022) menemukan bahwa secara parsial kualitas produk berpengaruh terhadap tingkat penjualan, sedangkan harga memiliki pengaruh signifikan terhadap Tingkat penjualan. Secara smultan keduanya terbukti memiliki pengaruh yang kuat dalam meingkatkan Tingkat penjualan.

Dari penjelasan tersebut maka yang diajukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

Ha3: kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap Tingkat penjualan

Gambar 1.1
Kerangka Konsep Penelitian



Keterangan:

X_1 = Kualitas Produk

X_2 = Harga

Y = Tingkat penjualan

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif yang melibatkan pengumpulan data secara langsung dari usaha toko roti yang ada di Kota Metro melalui kuisioner, dan dokumentansi. Pendekatan kuantitatif dipilih untuk menganalisis populasi tertentu serta menguji hipotesis penelitian dengan menggunakan Teknik statistic (Daniyati dkk., 2024). Desain penelitian ini menggunakan pendekatan *kausal asosiatif* untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap Tingkat penjualan.

Populasi penelitian terdiri dari atas seluruh usaha toko roti yang terdaftar di Dinas Koperasi, UMKM dan Perindustrian yang berada di Kota Metro yaitu berjumlah 300 usaha yang memproduksi roti. Ukuran sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan Tingkat kesalahan 10%. Yang dimana merupakan jumlah sampel, N adalah ukuran populasi, dan e adalah Tingkat kesalahan. Hasil perhitungan tersebut dibulatkan menjadi 75 usaha roti, dengan kriteria usaha roti yang sudah berdiri selama 3 tahun yang memproduksi roti itu sendiri dan sudah terdaftar di Dinas koperasi UMKM Perindustrian di Kota Metro,

Sumber data pada penelitian ini berasal dari data primer dan sekunder. Untuk Data primer diperoleh melalui kuisioner disebarkan ke pelaku usaha sejumlah 75 usaha roti di kota metro terstruktur yang dirancang untuk mengukur Tingkat penjualan, harga, kualitas produk. Seluruh indikator diukur menggunakan skala likert 1-5 point, melalui dari 1 (sangat tidak setuju), 2 (tidak setuju), 3(kurang setuju), 4(setuju), 5(sangat setuju), sedangkan data sekunder di hasilkan dari buku, jurnal atau artikel.

Metode analisis data yang digunakan melalui rumus analisis regresi linear berganda, uji validitas dan reabilitas serta mempertimbangkan syarat uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji muktikolinieritas, uji heteroskedastisitas. Selanjutnya analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji pengaruh variabel independent terhadap Tingkat penjualan. Adapun pengujian hipotesis yang digunakan adalah uji parsial t dan uji simultan f dan uji r .

Hasil dan Pembahasan

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menyebar kuesioner secara langsung menggunakan media kertas kepada 75 responden. Pelaku UMKM roti yang ada di Kota Metro merupakan objek pada penelitian ini. Ada beberapa Gambaran umum untuk responden seperti jenis kelamin, berdasarkan umur responden, tingkat Pendidikan terakhir digambarkan dalam table berikut.

Tabel 1. Gambaran Umum Responden

Ket	Total	Persentase
Jenis Kelamin		
Laki laki	27	36,00%
Perempuan	48	64,00%
Jumlah	75	100%
Umur Responden		
20 – 30 th	26	34,67%
31 – 40 th	27	36,00%
41 – 50 th	14	18,67%
> 51 th	8	10,67%
Jumlah	75	100%
Tingkat Pendidikan		
SMP	18	24,00%
SMK/SMA	41	54,67%
S1	16	21,33%
Jumlah	75	100%

Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk menilai apakah kuisisioner akurat dan valid. Kuesioner dianggap valid jika pertanyaan-pertanyaan didalamnya mampu mengungkapkan informasi yang ingin diukur oleh kuesioner tersebut (Sanaky dkk., 2021). Dibawah ini merupakan kuesioner yang telah disebarkan pada 75 responden

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	item	r Tabel	r Hitung	sig	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	X1.P1	0,227	0,825	<0,001	Valid
	X1.P2	0,227	0,678	<0,001	Valid
	X1.P3	0,227	0,792	<0,001	Valid
	X1.P4	0,227	0,773	<0,001	Valid
	X1.P5	0,227	0,772	<0,001	Valid
Harga (X2)	X2.P1	0,227	0,809	<0,001	Valid
	X2.P2	0,227	0,865	<0,001	Valid
	X2.P3	0,227	0,805	<0,001	Valid
	X2.P4	0,227	0,836	<0,001	Valid
	X2.P5	0,227	0,770	<0,001	Valid
	Y.P1	0,227	0,794	<0,001	Valid
	Y.P2	0,227	0,821	<0,001	Valid

Tingkat	Y.P3	0,227	0,811	<0,001	Valid
Penjualan	Y.P4	0,227	0,867	<0,001	Valid
(Y)	Y.P5	0,227	0,876	<0,001	Valid

Sumber : Hasil Olah Data SPSS Versi 27, 2025

Dilihat dari table 2 di ketahui bahwa ada 15 pernyataan dari 2 variabel independent dan 1 variabel dependen hasilnya seluruh R_{hitung} lebih besar dari nilai R_{tabel} yaitu 0,227 dengan uji $sig < 0,05$ artinya bahwa seluruh item-item dari variabel tersebut dikatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas mengukur sejauh mana suatu kuesioner mampu menghasilkan data yang stabil dan terpercaya dari waktu ke waktu. Apabila nilai cronbach's Alpha pada kuisioner melebihi 0,60, maka kuisioner yang digunakan dalam pelaksanaan penelitian dapat dinyatakan reliabel (Daniyati dkk., 2024). Berikut ini adalah table hasil uji reliabilitas.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N OF Item	Alpha	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,825	5	0,60	Reliabel
Harga (X2)	0,873	5	0,60	Reliabel
Tingkat Penjualan (Y)	0,890	5	0,60	Reliabel

Sumber: Hasil Olah Data SPSS Versi 27, 2025

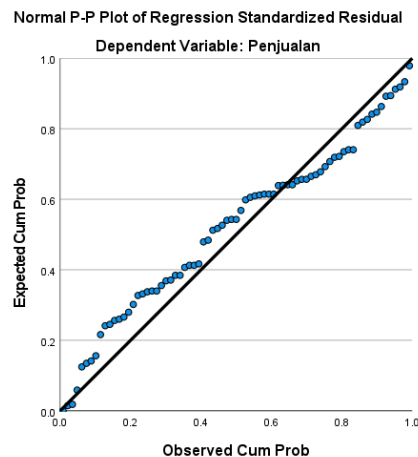
Pada table 3 Berdasarkan hasil pengolahan data, diperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,825 dengan jumlah 5 item pernyataan dan 75 responden. Nilai tersebut lebih besar dari batas minimum 0,60, sehingga seluruh item pernyataan pada variabel penelitian dinyatakan reliabel. Selain itu, nilai alpha yang berada di atas 0,80 menunjukkan bahwa tingkat reliabilitas instrumen tergolong sangat baik, sehingga kuesioner layak digunakan sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian ini.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data residual dalam model regresi memiliki sebaran yang berdistribusi normal atau mendekati normal. Distribusi data normal atau mendekati normal adalah kondisi terbaik untuk model analisis regresi karena dapat menghasilkan estimasi yang akurat. Penelitian ini menggunakan metode grafik Plot Regression Standardized Residual Normal P-P untuk menguji normalitas. Jika titik residual tersebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis, data dinyatakan berdistribusi normal tersebut. Disajikan dalam table dibawah ini.

Gambar 2. Hasil Uji Normalitas



Sumber: Hasil Olah Data SPSS Versi 27, 2025

Gambar 2 menunjukkan hasil pengujian normalitas yang menunjukkan bahwa titik residual tersebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti pola garis tersebut ini menunjukkan bahwa data tersebut berkontribusi normal dengan demikian asumsi normalitas pada data tersebut telah terpenuhi.

Uji Multikolinearitas

Pernyataan tersebut dianggap bebas dari masalah multikolinearitas jika dapat diatur, dengan syarat skor tolerance melebihi 0,10 dan skor Variabel Inflation Factor/VIF tetap di bawah 10,00 (Daniyati dkk., 2024). Table dibawah ini merupakan Hasil Uji Multikolinearitas.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Collinearity Statistic	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Produk	,254	3,934
	harga	,254	3,934

Sumber : Hasil Olah Data SPSS Versi 27, 2025

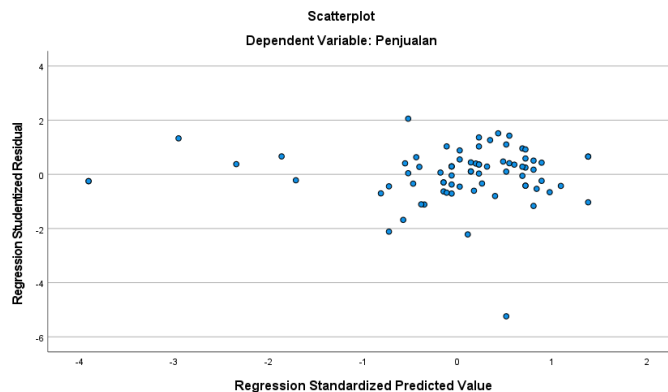
Tabel 4 menunjukkan bahwa nilai toleransi untuk variabel kualitas produk dan harga sebesar 0,254, yang merupakan nilai yang lebih besar dari 0,10. Sementara itu, nilai VIF untuk kedua variabel tersebut sebesar 3,934, yang merupakan nilai yang lebih rendah dari 10,00. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa gejala multikolinearitas tidak ditemukan dalam model regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Gejala heteroskedastisitas dapat di periksa dengan mengamati gambar scatterplot. Model regresi yang andal adalah model yang memenuhi persyaratan homoskedastisitas, artinya heteroskedastisitas tidak ada. Tidak adanya heteroskedastisitas dalam suatu model diunjukkan Ketika titik-titik terdistribusi secara acak tanpa membentuk pola yang mencolok (sibuea dkk., 2021). Adapun hasil uji heteroskedastisitas sebagai berikut:

.....

Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Hasil Olah Data SPSS Versi 27, 2025

Gambar 2 menunjukkan bahwa titik-titik pada grafik scatterplot tidak membentuk pola tertentu dan tersebar secara acak baik di atas maupun di bawah angka 0. Oleh karena itu, kesimpulan dapat dibuat bahwa model regresi tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas, sehingga asumsi homoskedastisitas telah terpenuhi.

Uji Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Dalam penelitian ini, regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) terhadap tingkat penjualan (Y) pada usaha produk roti di Kota Metro. Model regresi linier berganda dinyatakan dalam bentuk persamaan matematis yang menggambarkan hubungan antar variabel penelitian (Marnilin dkk., 2022). Di bawah ini merupakan table hasil uji regresi linier berganda:

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linier Berganda dan uji t (Persial)

Model		Coefficient ^a			t	sig
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,394	2,090		1,624	,109
	Kualitas Produk	,554	,201	,476	2,758	,007
	Harga	,232	,183	,219	1,272	,208

Sumber : Hasil Olah Data SPSS Versi 27, 2025

Berdasarkan tabel 5 mendapatkan hasil persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y=3,394+0,554X_1+0,232X_2+e$$

Keterangan:

Y = Tingkat Penjualan

X_1 = Kualitas Produk

X_2 = Harga

e = Error

Interpretasi Hasil Regresi

1. Nilai konstanta sebesar 3,394 menunjukkan bahwa apabila variabel kualitas produk dan harga dianggap konstan atau bernilai nol, maka tingkat penjualan pada usaha produk roti di Kota Metro memiliki nilai sebesar 3,394. Nilai konstanta ini menggambarkan tingkat penjualan dasar sebelum dipengaruhi oleh variabel kualitas produk dan harga.
2. Koefisien regresi variabel kualitas produk (X_1) sebesar 0,554 menunjukkan bahwa setiap peningkatan kualitas produk sebesar satu satuan, dengan asumsi variabel lain tetap, maka tingkat penjualan akan meningkat sebesar 0,554 satuan. Nilai koefisien yang positif menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki hubungan searah dengan tingkat penjualan, artinya semakin baik kualitas produk maka tingkat penjualan juga akan meningkat. Selain itu, nilai signifikansi sebesar 0,007 lebih kecil dari 0,05 ($0,007 < 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat penjualan pada usaha produk roti di Kota Metro.
3. Koefisien regresi variabel harga (X_2) sebesar 0,232 menunjukkan bahwa setiap peningkatan harga sebesar satu satuan, dengan asumsi variabel lain tetap, maka tingkat penjualan akan meningkat sebesar 0,232 satuan. Nilai koefisien yang positif menunjukkan bahwa harga memiliki hubungan searah dengan tingkat penjualan. Namun, nilai signifikansi sebesar 0,208 lebih besar dari 0,05 ($0,208 > 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap tingkat penjualan pada usaha produk roti di Kota Metro. Hal ini berarti perubahan harga belum memberikan pengaruh yang nyata terhadap peningkatan tingkat penjualan.

Uji Hipotesis

Uji t (Persial)

Uji t digunakan untuk menguji koefisien regresi secara parsial, yaitu untuk mengetahui apakah setiap variabel independen, seperti kualitas produk (X_1) dan harga (X_2), secara masing-masing memiliki pengaruh terhadap variabel dependen, yaitu tingkat penjualan (Y). (Wahyudi & Suryatni, 2024).

Berdasarkan hasil analisis data yang disajikan pada tabel uji t, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Tingkat Penjualan
 Berdasarkan hasil uji t, diketahui bahwa nilai signifikansi variabel kualitas produk sebesar $0,007 < 0,05$ dan nilai t-hitung sebesar $2,758 > t\text{-tabel } (1,987)$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima, yang berarti kualitas produk (X_1) berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat penjualan (Y) pada usaha produk roti di Kota Metro. Pada penelitian ini menunjukan bahwa factor utama seperti kualitas produk memiliki peran penting dalam mendorong Tingkat penjualan.
- b. Pengaruh Harga terhadap Tingkat Penjualan
 Berdasarkan hasil uji t, diketahui bahwa nilai signifikansi variabel harga sebesar $0,208 > 0,05$ dan nilai t-hitung sebesar $1,272 < t\text{-tabel } (1,987)$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H_2 ditolak, yang berarti harga (X_2) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat penjualan (Y) pada usaha produk roti di Kota Metro. Pada penelitian ini harga belum menjadi factor yang dapat mendorong pelaku usaha roti untuk menggunakan harga dan tidak cukup kuat untuk mempengaruhi Tingkat

penjualan.

Uji f (simultan)

Tujuan uji f adalah untuk menguji variabel independent terhadap variabel dependen ada atau tidaknya pengaruh simultan (Bersama-sama), dengan kriteria sebagai berikut:

- Jika nilai signifikan $< 0,05$, maka menolak H_0 da menerima H_a
- Jika nilai signifikan $> 0,05$, maka menerima H_0 dan menolak H_a (Wahyuni et al., 2023).

Hasil uji simultan di sajikan dalam table berikut :

Tabel 6. Hasil Uji simultan (f)
anova^a

Model		Sum of Squeres	df	Mean Square	F	sig
1	Regression	548,576	2	274,288	30,060	<,001 ^b
	Residual	656,970	72	9,125		
	Total	1205,547	74			

- Dependen variabel : Tingkat Penjualan
- Predictors : (Constant), X2, X1

Sumber : Hasil Olah Data SPSS Versi 27, 2025

Tabel 6 menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar $< 0,001$, yang berarti lebih kecil dari 0,05, dan nilai F-hitung sebesar 30,060 lebih besar dari F-tabel sebesar 3,10. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa H_3 diterima, yang menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga secara bersamaan berpengaruh besar terhadap tingkat penjualan pada bisnis produk roti di Kota Metro. Hasil ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak dan sesuai untuk menjelaskan pengaruh kualitas produk dan harga terhadap tingkat penjualan. Hasilnya menunjukkan bahwa kombinasi antara kebijakan harga yang diterapkan dan kualitas produk yang ditawarkan lebih dari satu faktor memengaruhi peningkatan tingkat penjualan perusahaan produk roti.

Uji Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk menentukan persentase perubahan pada variabel dependen (Y) yang disebabkan oleh variabel independent (X) (Wahyudi & Suryatni, 2024). Berikut adalah table hasil uji koefisien determinan (R^2) :

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinan (R^2)

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,675 ^a	,455	,440	3,02069

Sumber: Hasil Olah Data SPSS Versi 27, 2025

Nilai R Square (R^2) sebesar 0,455 ditunjukkan dari Tabel 7. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan harga bertanggung jawab atas 45,5% variasi tingkat

.....

penjualan pada usaha produk roti di Kota Metro. Sementara itu, variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini, seperti promosi, lokasi bisnis, pelayanan, dan elemen eksternal lainnya, memengaruhi 54,5% terakhir. Setelah disesuaikan dengan jumlah variabel independen dalam model, nilai R Square yang disesuaikan sebesar 0,440 menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan harga memiliki kemampuan untuk menjelaskan variasi tingkat penjualan. tetap cukup kuat.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Tingkat Penjualan

Berdasarkan hasil uji t (parsial), variabel kualitas produk memiliki nilai signifikansi sebesar $0,007 < 0,05$ dan nilai t-hitung sebesar $2,758 > t\text{-tabel } (1,987)$. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, yang mencakup aspek seperti rasa, tekstur, kesegaran, dan tampilan produk, berkorelasi positif dan signifikan dengan tingkat penjualan bisnis roti di Kota Metro, sehingga hipotesis pertama tentang pengaruh kualitas produk terhadap tingkat penjualan diterima. Apabila kualitas produk dirasakan sesuai atau melebihi harapan, pelanggan cenderung melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan barang tersebut kepada orang lain.

Temuan ini sejalan dengan teori pemasaran yang mengatakan bahwa faktor utama dalam keputusan pembelian dan peningkatan penjualan adalah kualitas produk dikemukakan oleh Philip Kotler dan Kevin Lane Keller yang menyatakan bahwa kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsinya, termasuk daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan penggunaan, serta atribut lain yang mampu memberikan nilai dan kepuasan kepada konsumen. Semakin tinggi kualitas produk yang dirasakan konsumen, semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dapat mendorong loyalitas pelanggan, pembelian ulang, dan peningkatan penjualan. Dengan demikian, kualitas produk menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian dan keberhasilan pemasaran suatu usaha

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian oleh (Maini dkk., 2024) menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap tingkat penjualan.

Pengaruh Harga terhadap Tingkat Penjualan

Berdasarkan hasil uji t (parsial), variabel harga memiliki nilai signifikansi sebesar $0,208 > 0,05$ dan nilai t-hitung sebesar $1,272 < t\text{-tabel } (1,987)$. Hasil menunjukkan bahwa harga berdampak positif tetapi tidak signifikan terhadap tingkat penjualan bisnis roti Kota Metro. Dengan demikian, hipotesis kedua yang menyatakan bahwa harga berdampak terhadap tingkat penjualan ditolak. Temuan ini menunjukkan bahwa pelanggan tidak hanya mempertimbangkan harga saat membeli produk roti di bisnis Kota Metro. Selama harga yang ditetapkan masih berada pada batas yang wajar dan terjangkau, pelanggan cenderung lebih memperhatikan kualitas dari pada harga. Ini menunjukkan bahwa harga yang stabil dan sesuai dengan kualitas produk tidak secara signifikan meningkatkan penjualan.

Temuan ini sejalan dengan teori pemasaran yang dikemukakan oleh Philip Kotler dan Gary Armstrong yang menyatakan bahwa harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk memperoleh suatu produk atau jasa, namun keputusan pembelian tidak hanya ditentukan oleh harga semata. Konsumen juga mempertimbangkan nilai yang diterima, kualitas produk, manfaat, serta kepuasan yang diperoleh. Oleh karena itu, ketika harga produk dianggap wajar dan sesuai dengan kualitas yang diberikan, faktor harga menjadi kurang dominan dalam memengaruhi keputusan pembelian dan tingkat penjualan. Dengan demikian, dalam bisnis roti, kualitas produk dapat menjadi pertimbangan yang lebih penting dibandingkan harga dalam mendorong peningkatan penjualan.

.....

Hasil ini sejalan dengan penelitian (Syahrir hidayat, 2021) menunjukkan bahwa pengungkapan harga tidak berpengaruh terhadap tingkat penjualan.

Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Tingkat Penjualan Secara Simultan

Berdasarkan hasil uji F (simultan), diperoleh nilai signifikansi sebesar $< 0,001 < 0,05$ dan nilai F-hitung sebesar $30,060 > F\text{-tabel } (3,10)$. Hasil ini menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk secara bersamaan berpengaruh besar terhadap tingkat penjualan bisnis roti Kota Metro. Oleh karena itu, hipotesis ketiga diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa kombinasi antara harga yang wajar dan produk berkualitas tinggi bukanlah satu-satunya faktor yang memengaruhi peningkatan tingkat penjualan. Faktor utama yang menarik minat pelanggan adalah kualitas produk, sedangkan harga berfungsi sebagai faktor pendukung yang memastikan produk tetap kompetitif di pasar.

Temuan ini sejalan dengan teori pemasaran yang menyatakan bahwa Tingkat penjualan dipengaruhi oleh bauran pemasaran (marketing mix), khususnya unsur produk (product) dan harga (price). Produk yang mampu memberikan kualitas dan manfaat yang sesuai dengan kebutuhan konsumen akan menciptakan kepuasan, sedangkan harga yang sesuai dengan nilai yang diterima konsumen akan meningkatkan persepsi positif terhadap produk. Dengan demikian, kualitas produk dan harga tidak dapat dipisahkan dalam strategi pemasaran karena keduanya saling melengkapi dalam menciptakan nilai bagi konsumen dan mendorong peningkatan penjualan. Hasil penelitian ini memperkuat pandangan bahwa keberhasilan penjualan tidak hanya ditentukan oleh satu faktor, melainkan oleh kombinasi antara kualitas produk yang baik dan harga yang sesuai dengan kemampuan konsumen.

Hasil ini sejalan dengan penelitian (Nindya Kartika, 2020) menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap Tingkat penjualan .

Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan diskusi, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan harga memiliki pengaruh terhadap tingkat penjualan bisnis roti di Kota Metro. Kualitas produk terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat penjualan, menunjukkan bahwa kualitas roti yang lebih baik sebanding dengan tingkat penjualan. Namun, harga berpengaruh positif namun tidak signifikan, sehingga dapat diartikan bahwa, selama kualitas produk dianggap wajar dan sesuai dengan harganya, harga tidak menjadi faktor utama dalam menentukan keputusan konsumen untuk membeli produk tersebut. Pada saat yang sama, kualitas produk dan harga berpengaruh besar terhadap tingkat penjualan. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut dapat menjelaskan 45,5% variasi tingkat penjualan. Faktor lain di luar penelitian, seperti pelayanan, lokasi, promosi, dan strategi pemasaran, memengaruhi sisanya. Kesimpulannya adalah bahwa peningkatan kualitas produk adalah faktor yang paling penting dalam upaya meningkatkan penjualan bisnis roti Kota Metro.

Saran

Pelaku usaha roti di Kota Metro disarankan untuk meningkatkan kualitas produk dan menetapkan harga yang sesuai agar dapat menarik konsumen dan meningkatkan tingkat penjualan. Selain itu, bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti promosi, lokasi, dan kualitas pelayanan agar hasil penelitian menjadi lebih komprehensif serta mampu memberikan gambaran yang lebih luas terkait faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat penjualan.

DAFTAR REFERENSI

- Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 38–51
- Alviah, S., Siti, & Firmansyah, A. (2021). Pengaruh lokasi terhadap tingkat penjualan konsumen di minimarket Kopkar Primavera PT Indo American Ceramics (Studi kasus pada Kopkar Primavera PT Indo American Ceramics). *Kajian dan Riset Manajemen Profesional*, 3(2), 29–42.
- Alma, Buchari. (2002). *Buku Ajar Manajemen Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Aprita Nur Maharani, R., & Ali Alam, I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Selama Pandemi Covid-19 Pada Kebab Salahuddin. *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan*, 1(4), 235–242.
- Asnawi, Moch Heru Widodo, & Stevanus Gatot Supriyadi. (2022). Pengaruh Keberagaman Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Ontel Di Toko Agung Jombang. *Efektor*, 9(1), 58–65.
- Daniyati, D., Wulandari, H. K., & Nasiruddin, N. (2024). Pengaruh Pengetahuan Akuntansi, Pendidikan Pemilik, Dan Pengalaman Usaha Terhadap Penggunaan Informasi Akuntansi Pada Pelaku Umkm. *Journal Of Citizen Research And Development*, 1(2), 442–455.
- Dinata, I. P., & Candra, Y. (t.t.). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi terhadap Tingkat Penjualan dengan Keputusan Pembelian sebagai Variabel Intervening pada PT. Bintang Banjar Cemerlang*.
- Jacob, A. A., Lopian, S. L. H. V. J., & Mandagie, Y. (2021). Pengaruh daya tarik iklan dan citra produk terhadap tingkat penjualan produk Chitato Chips pada mahasiswa FEB UNSRAT. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(2).
- Kasinem, K. (2020). Pengaruh kepercayaan dan keputusan pembelian terhadap Tingkat penjualan pada hotel Bukit Serelo Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17(4), 329.
- Kusmayati, N. K., & Adiyanto, M. R. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Tingkat Penjualan (Studi Pada Penjual Martabak “Bintang” Sidoarjo)*. 4(1).
- Lailla, N., Tarmizi, I., & Septiani, W. M. (2022). Pengaruh Digital Marketing Dan Kualitas Produk Terhadap Tingkat Penjualan Produk UMKM Di Tengah COVID 19 Studi Kasus Di UMKM Depok. *Jurnal Teknologi dan Manajemen*, 20(1), 77–88.
- Lestari, R., Digdowniseiso, K., & Safrina, D. (t.t.). *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Terhadap Tingkat Penjualan Melalui Digital Marketing Umkm Industri Makanan Dan Minuman Di Kecamatan Pancoran Jakarta Selatan Saat Pandemi Covid-19*.

- Mahfuz, M., Aziz, A. A., & Wijaya, P. A. (T.T.). *Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Tingkat Penjualan Produk Umkm (Usaha Mikro Kecil Menengah) Kopi Di Kabupaten Lombok Utara*.
- Marnilin, F., Mutmainah, I., Yulia, I. A., & Mahfudi, A. Z. (2022). Pengaruh Perceived Value Terhadap Kepuasan Implementasi Program MBKM. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(1), 1–10.
- Mokalu, F. O., & Tumbel, A. (2015). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Distribusi Terhadap Volume Penjualan Roti Jordan Cv. Minahasa Mantap Perkasa*.
- Pengaruh Promosi Instagram Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Cepat Saji Burger King Di Jatiasih. (2023). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 13(1).
- Muhammad, N. I., (2020). Pengaruh Kualaitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pt. Satria Nusantara Jaya. *Ekonika: Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 5(2), 141
- Nurohman, Y. A., & Qurniawati, R. S. (2022). Keputusan Pembelian Produk Makanan Halal Di Lingkungan IAIN Surakarta. *Among Makarti*, 12(2).
- Oktavenia, K. A. R., & Ardani, I. G. A. K. S. (2021). Pengaruh harga terhadap tingkat penjualan handphone Nokia dengan citra merek sebagai pemediasi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(3), 1374.
- Pradana, A. R. (2022). The influence of price, location, and trust on Shopee food sales levels (Yogyakarta City consumer study). 4(1), 104–114.
- Prapanca, D., Sriyono, S., & Biduri, S. (2022). Kinerja Umkm Melalui Penguatan Kelembagaan dan Digital Marketing Saat Pandemi Covid-19. *Studi Kasus Inovasi Ekonomi*, 6(02).
- Purnamasari, I. G. A. Y., Suwena, K. R., & Haris, I. A. (2022). “Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen produk m2 fashion online di Singaraja” *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 5(1)
- Rahmayanti, N. P. (2023). Pengaruh Marketplace dan Pembayaran Digital Terhadap Tingkat Penjualan UMKM Di Kota Banjarmasin. *Al-KALAM: Jurnal Komunikasi, Bisnis Dan Manajemen*, 10(1), 28.
- Riswandi, R., Lutfi, D., Nilasari, Y., Ak, M., Permadi, I., Mm, S., Pertiwi, T. P., Merakati, I., Pd, S., & Pd, M. (t.t.). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Jasa*.
- Roselina, M. A., & Niati, A. (2019). Analisis pengaruh harga, keputusan pembelian dan lokasi terhadap tingkat penjualan Elsa Hijab Semarang. *Solusi*, 17(3), 221–234.
- Sanaky, M. M., Saleh, L. M., & Titaley, H. D. (2021). *Analisis Faktor-Faktor Penyebab Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah*. 11(1).
- Sibuea, S. J., Oktavianthy, D., & Rangkuti, A. E. (2021). *Pengaruh Persepsi Kemudahan*

.....

Penggunaan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Ovo.

- Sudrartono, T. (t.t.). *Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Tingkat Penjualan Produk Fashion Usaha Mikro Kecil*.
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian pendidikan kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Tamengkel, L. F. (2021). *Pengaruh harga terhadap tingkat penjualan sepeda motor Honda Beat pada CV. LION di Ternate*. 6(4).
- Triputranto, A. (2020). *Pengaruh lokasi terhadap tingkat penjualan transaksi E-Pulsa (Studi kasus di Indomaret Sudirman Tangerang)*. *Jurnal Disrupsi Bisnis: Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pamulang*, 3(2),
- Wahyudi, F. D., & Suryatni, M. (2024). *Pengaruh Desain Pekerjaan dan Pengembangan Karir terhadap Prestasi Kerja Melalui Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening*. *ALEXANDRIA (Journal of Economics, Business, & Entrepreneurship)*, 5(1), 45–52.
- Wahyuni, S., Amelia, W. R., & Rafiki, A. (2023). *Pengaruh Shopping Lifestyle dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Toko Pakaian Tri Collection di Desa Bandar Masilam, Kecamatan Bandar Masilam*. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI)*, 4(1), 91–97. <https://>
- Widiarti Lestariningsih, Helmi Azahari, & Toto Parwono. (2023). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen*. *Kendali: Economics and Social Humanities*, 1(2), 96–104.
- Yulistria, R., Handayani, E. P., Susilowati, I. H., & Aulia, S. (t.t.). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Mitra Bangun Perwira*.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

OUTLINE

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP TINGKAT PENJUALAN PADA USAHA PRODUK ROTI DIKOTA METRO

HALAMAN SAMPUL
HALAMAN JUDUL
NOTA DINAS
HALAMAN PERSETUJUAN
HALAMAN PENGESAHAN
ABSTRAK
ORISINALITAS PENELITIAN
MOTTO
PERSEMBAHAN
KATA PENGANTAR
DAFTAR ISI
DAFTAR LAMPIRAN
ABSTRAK JURNAL
PENDAHULUAN
TINJAUAN PUSTAKA
METODE PENELITIAN
HASIL DAN PEMBAHASAN
KESIMPULAN
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN
DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Dosen Pembimbing



Dian Oktarina, M.M
NIP. 19911032019032017

Metro, 11 Mei 2026
Peneliti,



Rosa Liana
NPM. 2203030033

ALAT PENGUMPULAN DATA (APD)
PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
TINGKAT PENJUALAN PADA USAHA PRODUK ROTI
DIKOTA METRO

Bapak/Ibu, Saudara'I responden yang terhormat, dalam rangka pengumpulan data untuk sebuah penelitian dan kepentinganilmiah, saya mohon kesedianya menjawab dan mengisi beberapa pertanyaan dari kuesioner yang diberikan dibawah ini.

Kuesioner

Bagian I Data Responden

1. Nama :
2. Jenis kelamin :
3. Usia :
4. Pendidikan :

Bagian II Petunjukan Pengisian Kuesioner

1. Berikan tanda ceklist ☒ pada kolom yang anda anggap sesuai. Setiap responden hanya diperbolehkan memilih satu jawaban setiap pertanyaan yang diterapkan.

KETERANGAN

STS	:Sangat Tidak Setuju	=1
TS	:Tidak Setuju	=2
KS	:Kurang Setuju	=3
S	:Setuju	=4
SS	:Sangat Setuju	=5

A. Kualitas Produk (X1)

No	Indikator	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
			1	2	3	4	5
1.	Kinerja	Saya sebagai pelaku UMKM menciptakan produk dengan ukuran dan bentuk yang baik dan menarik untuk meningkatkan penjualan					
2.	Fitur	Produk yang saya jual memiliki tekstur, rasa, dan aroma yang sangat baik dan dapat meningkatkan penjualan					
3.	Keandalan	Produk roti saya diyakini berfungsi baik dalam jangka panjang					
4.	Kesesuaian dengan spesifikasi	Produk roti yang saya hasilkan sesuai dengan standar bahan baku yang telah ditetapkan.					
5.	Daya tahan	Penjualan saya dapat ditingkatkan karena produk memiliki daya tahan yang baik sesuai dengan yang seharusnya					

B. Harga (X2)

No	Indikator	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
			1	2	3	4	5
1.	Keterjangkauan harga	Saya menetapkan harga dengan mempertimbangkan kemampuan ekonomi pelanggan di sekitar usaha.					
2.	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Saya menetapkan harga produk sesuai dengan kualitas yang diperoleh konsumen					
3.	Daya saing harga	Saya menetapkan harga yang mampu bersaing dengan produk lain agar tingkat penjualan dapat meningkat					
4.	Kesesuaian harga dengan manfaat	Saya menetapkan harga produk sebanding dengan manfaat yang akan dirasakan konsumen guna meningkatkan penjualan					
5.	Kesesuaian harga dengan keuntungan	Saya menentukan harga dengan mempertimbangkan tingkat keuntungan yang ingin dicapai.					

C. Tingkat Penjualan (Y)

No	Indikator	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
			1	2	4	4	5
1	Mencapai Volume Penjualan	Produk UMKM Roti dikota metro mampu menciptakan Tingkat penjualan					
2	Mendapat Laba	Produk UMKM Roti dikota metro mampu mendapatkan keuntungan yang menjanjikan					
3	Menunjang Pertumbuhan	Produk UMKM Roti dikota metro mampu menjaga kestabilan aktiva dan laba					
4	Meningkatkan jumlah pelanggan	Produk UMKM Roti dikota metro mampu menarik dan meningkatkan jumlah pelanggan secara berkelanjutan					
5	Stabilitas Penjualan	Produk UMKM Roti dikota metro memiliki Tingkat penjualan yang stabil dari waktu ke waktu					

Dosen Pembimbing



Dian Oktarina, M.M
N.P. 19911032019032017

Metro, 11 Mei 2026
Peneliti,



Rosa Liana
NPM. 2203030033



EKOMA: JURNAL EKONOMI, MANAJEMEN, AKUNTANSI

Surat Keterangan/Letter of Acceptance

Nomor: 1736/EKOMA-UA.INSTT/V/2026

Editor In Chief Jurnal EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi menyatakan dengan sebenarnya bahwa :

Nama : Rosa Liana¹, Dian Oktarina², Thoyibatun Nisa³, Witantri Dwi Swandini⁴
Affiliasi : Universitas Islam Negeri Jurai Siwo Lampung
Judul : PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP TINGKAT PENJUALAN PADA USAHA PRODUK ROTI DI KOTA METRO

Memang benar yang bersangkutan telah mengirimkan artikel pada Jurnal EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan dapat kami **TERIMA** untuk diterbitkan pada Vol.5 No.5 Edisi Juli 2026. Jurnal EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi saat ini terindeks **SINTA 4**, Google Scholar, Dimensions, Garuda, dll.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Sragen, 11 Mei 2026

Hormat Kami,

Editor In Chief,



Ahmad Ulil Albab Al Umar, S.Akun., M.E.

EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi

ISSN : 2828-5298 (Online)

Email : journalekoma@gmail.com



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JEMBRANA
UNIT PENUNJANG AKADEMIK PERPUSTAKAAN**

NPP: 1807062F0000001

Jalan Ki. Hajar Dewantara No. 118, Iringmulyo 15 A, Metro Timur Kota Metro Lampung 34112

Telepon (0725) 47297, 42775; Faksimili (0725) 47296;

Website: www.metrouniv.ac.id; e-mail: perpustakaan@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-345/Un.36/S/U.1/OT.01/05/2026**

Yang bertanda tangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Universitas Islam Negeri Jember Siwo Lampung menerangkan bahwa :

Nama : ROSA LIANA
NPM : 2203030033
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Akuntansi Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Universitas Islam Negeri Jember Siwo Lampung Tahun Akademik 2025/2026 dengan nomor anggota 2203030033.

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Universitas Islam Negeri Jember Siwo Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 12 Mei 2026
Kepala Perpustakaan,

Aan Gufroni, S.I.Pust.
NIP. 19920428 201903 1 009



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung, 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : Rosa Liana
NPM : 2203030033
Jurusan : Akuntansi Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Tingkat Penjualan Pada Usaha Produk Roti Di Kota Metro** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan **Score 13%%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 3 Juni 2026
Ketua Jurusan Akuntansi Syariah



Atika Lusi Tania, M.Acc., Ak.,CA.,A-CPA
NIP.199205022019032021



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JEMUR SIWO LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax.(0725) 47296 Email:stainjusila@stainmetro.ac.id,
website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN ARTIKEL/JURNAL

Nama : Rosa Liana

Prodi/Fakultas : AKS/FEBI

NPM : 2203030033

Semester/TA : VIII/2026

No.	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Kamis/ 29-1- 2026	- Hipotesis nol (0) belum dicantumkan. - Rumus slovin. - Kerangka pikir. - Daftar pustaka.	

Dosen Pembimbing

Dian Oktarina, M.M.
NIP. 199110312019032017

Mahasiswa Ysb

Rosa Liana
NPM. 2203030033



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JEMBARA SIWO LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax. (0725) 47296 Email: stainjusila@stainmetro.ac.id,
website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN ARTIKEL/JURNAL

Nama : Rosa Liana
NPM : 2203030033

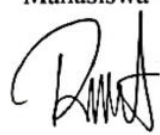
Prodi/Fakultas : AKS/FEBI
Semester/TA : VIII/2026

No.	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1	Kamis/ 5/2/25	- Sesuaikan dg jurnal di penelitian relevan u/ judul penelitian. - Kerangka pikir diperbaiki - tip. teori penelitian. - Buat Revisi penelitian.	   

Dosen Pembimbing


Dian Oktarina, M.M.
NIP. 199110312019032017

Mahasiswa Ysb


Rosa Liana
NPM. 2203030033



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JEMBARA SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax. (0725) 47296 Email: stainjusila@stainmetro.ac.id,
website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN ARTIKEL/JURNAL

Nama : Rosa Liana

Prodi/Fakultas : AKS/FEBI

NPM : 2203030033

Semester/TA : VIII/2026

No.	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Rabu/ 11/2/26	Perbaiki kuitansi penelitian - sesuaikan dg indikator = nya.	
2.	Senin/ 24/2/26	- perbaiki kuitansi. - Bab 2 teori Y. - Bab 3 jumlah responden dan data sekunder 15 data.	

Dosen Pembimbing

Dian Oktarina, M.M.
NIP. 199110312019032017

Mahasiswa Ysb

Rosa Liana
NPM. 2203030033



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JEMUR SIWO LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax.(0725) 47296 Email:stainjusila@stainmetro.ac.id,
website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN ARTIKEL/JURNAL

Nama : Rosa Liana
NPM : 2203030033

Prodi/Fakultas : AKS/FEBI
Semester/TA : VIII/2026

No.	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
		Acc Seminar proposal 10/3 2026  Dian O.	

Dosen Pembimbing


Dian Oktarina, M.M.
NIP. 199110312019032017

Mahasiswa Ysb


Rosa Liana
NPM. 2203030033



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JEMBARA SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax.(0725) 47296 Email:stainjusila@stainmetro.ac.id,
website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN ARTIKEL/JURNAL

Nama : Rosa Liana
NPM : 2203030033

Prodi/Fakultas : AKS/FEBI
Semester/TA : VIII/2026

No.	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1	Senin / 11 May 2025	ACC APD outline.	

Dosen Pembimbing

Dian Oktarina, M.M.
NIP. 199110312019032017

Mahasiswa Ysb

Rosa Liana
NPM. 2203030033



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JEMBARA SIWO LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax. (0725) 47296 Email: stainjusila@stainmetro.ac.id,
website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN ARTIKEL/JURNAL

Nama : Rosa Liana

Prodi/Fakultas : AKS/FEBI

NPM : 2203030033

Semester/TA : VIII/2026

No.	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Jum'at 22 - 5 - 2026	Ace Uji Artikel	

Dosen Pembimbing



Dian Oktarina, M.M.
NIP. 199110312019032017

Mahasiswa Ysb



Rosa Liana
NPM. 2203030033

DOKUMENTASI









DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Peneliti bernama lengkap Rosa Liana, dilahirkan pada tanggal 11 Desember 2002 Sidomulyo, Lampung Timur, Lampung. Peneliti merupakan anak terakhir dari tiga bersaudara dari pasangan Bapak Samidi dan Ibu Kalinem. Pendidikan dasar peneliti ditempuh di SD Negeri 3 Sidomulyo, Lampung Timur, dan diselesaikan pada tahun 2016. Selanjutnya, peneliti melanjutkan Pendidikan menengah pertama di MTS Al-hikmah Balekencono, Lampung Timur dan selesai pada tahun 2019. Kemudian peneliti melanjutkan Pendidikan menengah atas di SMA N2 Sekampung, Lampung Timur, dan diselesaikan pada tahun 2022. Pada tahun 2022, peneliti melanjutkan Pendidikan perguruan tinggi di Universitas Islam Negeri (UIN) Juri Siwo Lampung pada Jurusan Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Penyelesaian studi “ Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Tingkat Penjualan Pada Usaha Produk Roti Dikota Metro”.