

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Volume Penjualan pada UMKM Mie Cihuy karawang

Said Muharam¹, Puji Isyanto², Neni Sumarni³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Buana Perjuangan

mn19.saidmuharam@mhs.ubpkarawang.ac.id¹, puji.isyanto@ubpkarawang.ac.id²,

neni.sumarni@ubpkarawang.ac.id³

ABSTRACT

"Mie Cihuy" which is located in Karawang is one of the SMEs engaged in the restaurant sector. "Mie Cihuy" has lasted more than 20 years and is believed to have good service quality, according to the results of this study which show that buyers perceive the service as good. This study aims to determine how much influence service quality has on the sales volume of "Mie Cihuy" UMKM. This study uses validity and reliability tests to determine how valid and reliable the respondents are in assessing the variables in this study. As well as a service quality scale that aims to determine service quality with indicators of tangibles, reliability, responsiveness, assurance and empathy dimensions using quantitative methods. The data analysis technique used was simple regression analysis using SPSS version 26 software with a total of 46 respondents. Based on the results of the service quality scale, it shows that respondents agree about service quality and sales volume at Mie Cihuy UMKM. Simple regression analysis shows that service quality has a significant effect on the sales volume of Mie Cihuy UMKM. Adjust R Square results show a value of 0.653, this means that 65.3% of sales volume is influenced by service quality and as much as 34.7% is influenced by variables that are not present in this regression model.

Keywords: Service Quality, Sales Volume, SMEs

ABSTRAK

"Mie Cihuy" yang berlokasi di Karawang merupakan salah satu UMKM yang bergerak dibidang rumah makan. "Mie Cihuy" sudah bertahan lebih dari 20 tahun dan dipercaya memiliki kualitas pelayanan yang baik, sesuai hasil pada penelitian ini yang menunjukkan bahwa pembeli menganggap pelayanan sudah baik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap volume penjualan UMKM "Mie Cihuy". Penelitian ini menggunakan uji validitas dan reliabilitas untuk mengetahui seberapa valid dan reliabel responden pada penelitian ini. Skala kualitas pelayanan yang bertujuan mengetahui kualitas pelayanan dengan indikator variabel dimensi Berwujud (*tangibles*), Keandalan (*reliability*), Ketanggapan (*responsiveness*), Jaminan dan Kepastian (*assurance*), dan Empati (*emphaty*) menggunakan metode kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi sederhana dengan menggunakan software bantuan SPSS versi 26 dengan total 46 responden. Berdasarkan hasil skala kualitas pelayanan menunjukkan bahwa responden setuju tentang kualitas pelayanan dan volume penjualan pada UMKM Mi Cihuy. Analisis regresi sederhana menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan UMKM Mie Cihuy. Hasil *Adjust R Square* menunjukkan nilai 0,653, hal ini berarti

sebesar 65,3% volume penjualan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan sebanyak 34,7% dipengaruhi oleh variabel yang tidak terdapat pada model regresi ini.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Volume Penjualan, UMKM

PENDAHULUAN

Klasifikasi UMKM memiliki salah satu ciri yaitu memiliki kekayaan bersih Rp50.000.000,- untuk usaha mikro, Rp50.000.000,- sampai dengan Rp500.000.000,- untuk usaha kecil, Rp500.000.000,- sampai dengan Rp10.000.000.000,- untuk usaha menengah (Ariyanto, 2021). UMKM membantu perputaran ekonomi negara, Menurut data dari Kominfo, jumlah UMKM di Indonesia mencapai 64 juta lebih dan menyumbang 64 persen terhadap PDB dan ekspor mencapai 14 persen. (Andreya, 2022).

UMKM yang tercatat di kabupaten karawang pada tahun 2020 mencapai 52.210 unit usaha, dan pada Kecamatan Kutawaluya terdapat 1040 unit usaha pada tahun yang sama (2020). Penelitian ini bertempat di Dusun Kedung Mundu Rt 08 Rw 03 Desa Kutakarya Kecamatan Kutawaluya Kabupaten Karawang Provinsi Jawa Barat. Penelitian ini pada UMKM rumah makan "Mie Cihuy" di tengah pedesaan Kutakarya yang notabene tidak seramai kota, dengan penduduk desa yang tidak banyak akan membuat usaha menjadi lesu, namun usaha rumah makan "Mie Cihuy" telah bertahan 20 Tahun sampai saat ini masih berdiri dan menjalankan usahanya. Rumah makan identik berlokasi di pusat daerah, perkotaan atau yang terdapat penduduk yang padat, sehingga membuat usaha ramai pembeli. Namun di tengah lokasi pedesaan dan penduduk yang tidak ramai, usaha rumah makan "Mie Cihuy" memiliki kualitas pelayanan terhadap konsumen sehingga usaha rumah makan "Mie Cihuy" dapat terus berdiri dan menjalankan usahanya.

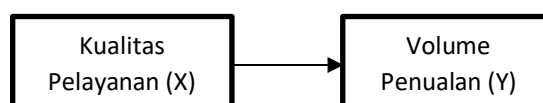
Meningkatkan volume penjualan merupakan tujuan dari setiap usaha baik itu yang berbentuk UMKM maupun korporasi. Hal ini dikarenakan semakin tingginya volume penjualan maka pendapatan yang dihasilkan lebih optimal dan laba UMKM akan semakin baik. Volume penjualan merupakan target strategis yang ditentukan guna mencapai target suatu perusahaan untuk mendapatkan laba yang optimal pada periode tertentu. (Abdullah, 2012). Sedangkan menurut (Rangkuti, 2009) "Volume Penjualan adalah pencapaian yang dinyatakan secara kuantitatif dari segi fisik atau volume unit suatu produk yang menandakan naik turunnya penjualan dan dapat dinyatakan dalam bentuk unit, kilo, ton, atau liter." Berikut merupakan beberapa indikator dari volume penjualan yang dikutip dari Kotler oleh Swastha dalam Sasangka dan Rusmayadi (2018) yaitu : "Mencapai volume penjualan, Mendapatkan laba, Menunjang pertumbuhan perusahaan. Oleh karena itu volume penjualan berarti upaya strategis yang dilakukan untuk meningkatkan penjualannya guna menghasilkan laba yang lebih optimal."

Kualitas pelayanan merupakan “suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. (Indrasari, 2019). Keadaan kualitas pelayanan tersebut menjadi penilaian konsumen dan dapat mempengaruhi orang tersebut untuk memutuskan kembali untuk membeli atau tidaknya. Maka keadaan tersebut menjadi indikator kualitas pelayanan, peneleitian ini meneliti variabel indikator kualitas pelayanan yang berdasarkan Lupiyodi dan Hamdani dalam Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan (Indrasari, 2019),” terdapat beberapa dimensi yang akan di teliti di dalam kualitas pelayanan yaitu: Berwujud (*tangibles*), Keandalan (*reliability*), Ketanggapan (*responsiviness*), Jaminan dan Kepastian (*assurance*), dan Empati (*emphaty*).

Dengan menerapkan kualitas layanan akan memberikan peningkatan penjualan, hal ini bisa membuat konsumen akan kembali membeli produknya karena terkait perasaannya yang dibuat puas dan sesuai harapannya sehingga volume penjualan pada Mie Cihuy akan meningkat.

Terdapat beberapa penelitian yang dilakukan sebelumnya tentang kualitas pelayanan salah satunya yang dilakukan oleh Royan Abduh dan Rinaldi Syarif yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Makanan, dan Lingkungan Fisik Terhadap Kepuasan Pelanggan”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Abduh & Syarif, 2022). Selanjutnya ada penelitian yang dilakukan oleh Ratih Anggraini dan Melly Yana yang berjudul “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Tempat, dan Kualitas Makanan Khas Melayu Terhadap Kepuasan Pelanggan Wisata Kuliner di Kota Batam”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap pendorong kepuasan pelanggan (Anggraini & Yana, 2022).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan konsumen terhadap volume penjualan pada rumah makan “Mie Cihuy”, berdasarkan teori dari Lupiyodi dan Hamdani dalam Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan terdapat lima dimensi indikator kualitas pelayanan, maka dimensi tersebut yang akan diteliti sebagai indikator dalam penelitian. Untuk membuktikan apakah volume penjualan UMKM Mie Cihuy dipengaruhi oleh Kualitas Layanan UMKM Mie Cihuy, serta penelitian ini dapat menjadi acuan pemilik UMKM Mie Cihuy untuk mengembangkan usahanya, melakukan inovasi, agar membuat rumah makan “Mie Cihuy” menjadi ramai pembeli. Berikut merupakan kerangka pemikiran tentang variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan pada UMKM Mie Cihuy Karawang.



H_0 = Kualitas Pelayan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap volume penjualan

H_1 = Kualitas Pelayan berpengaruh secara signifikan terhadap volume penjualan

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif verifikatif. Menurut (Sugiyono, 2016) penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui masing-masing variabel secara mandiri baik hanya pada satu variabel atau lebih. Sedangkan penelitian verifikatif adalah penelitian yang bertujuan untuk memverifikasi hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependennya. (Sugiyono, 2019)

Populasi dan Sample

Populasi menurut (Sugiyono, 2013) "Wilayah generalisasi yang terdiri atas objek dan subjek yang berkualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti yang kemudian dipelajari dan ditarik kesimpulannya." Populasi pada penelitian ini adalah semua konsumen UMKM Mie Cihuy baik yang melakukan pembelian langsung atau *take away*.

(Sugiyono, 2013) menyatakan bahwa "Sample merupakan jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut." Sample pada penelitian ini adalah 46 konsumen yang sudah mengisi kuesioner penelitian ini. Sample yang digunakan adalah sample jenuh yang berarti pada penelitian ini 46 responden akan dijadikan semua sample pengujian.

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini mengambil objek di rumah makan "Mie Cihuy" bertempat di Dusun Kedung Mundu Rt 08 Rw 03 Desa Kutakarya Kecamatan Kutawaluya Kabupaten Karawang Provinsi Jawa Barat. Waktu penelitian berlangsung satu bulan terhitung dari tanggal 26 Maret 2023 hingga 29 April 2023.

Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer yang diambil langsung oleh peneliti menggunakan kuesioner yang dibagikan pada konsumen UMKM Mie Cihuy. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis pada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2013). Teknik skala yang digunakan pada penelitian ini adalah skala likert. Teknik skala likert digunakan untuk mengukur respon, sikap,

perilaku responden pada kejadian atau peristiwa tertentu. Berikut merupakan penjabaran skala likert pada penelitian ini.

Tabel 1. Skala Likert

No.	Skala Likert		Skor
	Kualitas Pelayanan	Volume Penjualan	
1	Sangat setuju	Sangat setuju	5
2	Setuju	Setuju	4
3	Netral	Netral	3
4	Kurang setuju	Kurang setuju	2
5	Sangat tidak setuju	Sangat tidak setuju	1

Sumber: Diolah Peneliti, 2023

Skala yang digunakan pada penelitian ini adalah skala likert. Skala likert memiliki ketentuan interval-interval sebagai berikut:

$$\text{Interval} = \frac{\text{Nilai Maksimal} - \text{Nilai Minimal}}{\text{Jumlah Kelas}}$$

$$\text{Interval} = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Berikut merupakan rentang skala distribusi untuk masing-masing variabel yang diperoleh dari perhitungan skala interval di atas:

1. Nilai jawaban 1,00 s/d 1,79 = Sangat Tidak Setuju.
2. Nilai jawaban 1,80 s/d 2,59 = Tidak Setuju.
3. Nilai jawaban 2,60 s/d 3,39 = Netral
4. Nilai jawaban 3,40 s/d 4,19 = Setuju
5. Nilai jawaban 4,20 s/d 5,00 = Sangat Setuju

Teknik Analisis Data

Uji Validitas

Menurut (Sugiyono, 2017:134), uji validitas merupakan suatu uji yang menunjukkan tingkat keakuratan antara data yang terjadi dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Data tersebut akan menjelaskan apakah data pada penelitian ini valid dan bisa dilanjutkan pada pengujian selanjutnya. Uji validitas pada penelitian ini dilakukan dengan ketentuan sebagai berikut:

- a) Apabila $r\text{-tabel} < r\text{-hitung}$ maka pernyataan pada penelitian ini valid
- b) Apabila $r\text{-tabel} > r\text{-hitung}$ maka pernyataan pada penelitian ini tidak valid

Uji Reliabilitas

Menurut (Sugiyono, 2017) uji validitas merupakan uji yang menunjukkan akurasi dan ketepatan dari pengukurannya. Uji reliabilitas pada penelitian ini dilakukan menggunakan bantuan aplikasi SPSS 26 dengan ketentuan sebagai berikut:

- a) Apabila *Cronbach Alpha* (α) > 0.60 maka data tersebut reliabel
- b) Apabila *Cronbach Alpha* (α) < 0.60 maka data tersebut tidak reliabel

Uji Regresi Linier Sederhana

Uji regresi linear sederhana bertujuan untuk mengetahui perubahan yang terjadi pada variabel dependen (Y) berdasarkan nilai variabel independennya. Rumus regresi linier sederhana untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap volume penjualan adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta X$$

Keterangan:

- Y = Variabel Dependen (Volume Penjualan)
- X = Variabel Independen (Kualitas Pelayanan)
- α = Konstanta
- β = Koefisien regresi

Uji regresi linier sederhana pada penelitian ini dilakukan menggunakan aplikasi SPSS 26.

Uji Hipotesis

Uji Hipotesis bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya. Dalam peneltian ini berarti untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap volume penjualan. Uji Hipotesis pada penelitian ini dilakukan menggunakan aplikasi SPSS 26 dengan ketentuan sebagai berikut:

- a) Apabila nilai t-hitung > t-tabel maka kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan
- b) Apabila nilai t-hitung < t-tabel maka kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan

HASIL PENELITIAN

Dimensi Kualitas Pelayanan

Tabel 2. Dimensi Kualitas Pelayanan

Pertanyaan	Tingkat Penilaian					Mean	Ketegori
	STS	TS	N	S	ST		
X1	-	4	17	18	7	3,60	Setuju
X2	-	5	18	17	6	3,52	Setuju
X3	-	2	19	18	7	3,65	Setuju
X4	-	4	17	17	8	3,63	Setuju
X5	-	2	11	21	12	3,93	Setuju
jumlah	-	17	82	91	40	3,66	Setuju

Sumber: Diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa dimensi kualitas pelayanan untuk tiap dimensinya menunjukkan respons setuju. Hal ini berarti responden setuju pada kualitas pelayanan yang diberikan oleh UMKM Mie Cihuy.

Dimensi Volume Penjualan

Tabel 3. Dimensi Volume Penjualan

Pertanyaan	Tingkat Penilaian					Mean	Kategori
	STS	TS	N	S	ST		
Y1	3	9	20	9	5	3,08	Setuju
Y2	1	4	21	11	9	3,5	Setuju
Y3	2	5	19	14	6	3,36	Netral
Y4	2	3	15	16	10	3,63	Setuju
Y5	1	2	19	16	8	3,60	Setuju
Y6	1	2	13	20	10	3,78	Setuju
Jumlah	10	25	107	86	48	3,49	Setuju

Sumber: Diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa dimensi volume penjualan untuk tiap dimensinya menunjukkan respons setuju. Hal ini berarti responden setuju pada kualitas pelayananyang diberikan oleh UMKM Mie Cihuy.

Uji Validitas

Tabel 4. Uji Validitas (X)

Dimensi	Nilai r-hitung	Nilai r-tabel	Kesimpulan
X1	0,838	0,2907	Valid
X2	0,790	02907	Valid
X3	0,767	0,2907	Valid
X4	0,866	0,2907	Valid
X5	0,819	0,2907	Valid

Sumber: Diolah Peneliti, 2023

Tabel 5. Uji Validitas (Y)

Dimensi	Nilai r-hitung	Nilai r-tabel	Kesimpulan
Y1	0,859	0,2907	Valid
Y2	0,839	02907	Valid
Y3	0,876	0,2907	Valid
Y4	0,883	0,2907	Valid
Y5	0,897	0,2907	Valid
Y6	0,782	0,2907	Valid

Sumber: Diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa baik variabel independen maupun dependen menunjukkan nilai yang valid. Hal ini berarti data responden bisa dilakukan pengujian lebih lanjut.

Uji Reliabilitas

Tabel 6. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.943	11

Sumber: Diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan data dari tabel di atas menunjukkan nilai *Cronbach Alpha* (0,943) > 0.60, hal tersebut dapat disimpulkan bahwa responden pada penelitian ini dapat dikatakan reliabel.

Uji Normalitas

Tabel 7. Uji Normaitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardize d Residual
N		46
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.00768872
Most Extreme Differences	Absolute	.098
	Positive	.092
	Negative	-.098
Test Statistic		.098
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan nilai *Asymp sig (2-tailed)* sebesar 0,200 > 0,05 atau nilai sig > dari 0,05. Hal ini berarti data pada penelitian ini berdistribusi normal dan bisa dilakukan uji selanjutnya.

Uji Multikolinieritas

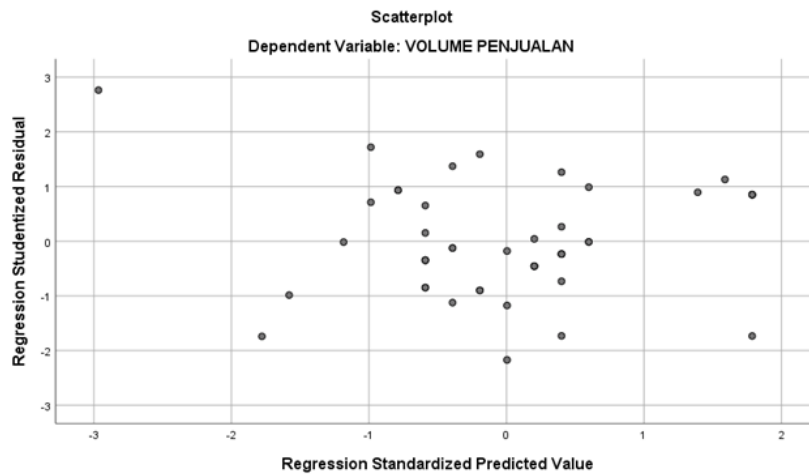
Tabel 8. Uji Multikolinieritas Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Kualitas Pelayanan	1.000	1.000

a. *Dependent Variable:* Volume Penjualan
Sumber: Diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan hasil tabel pengolahan spss di atas menunjukkan nilai *Tolernace* > dari 0,10 dan nilai VIF < 10. Hal ini berarti data pada penelitian ini tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 1. Uji Heteroskedastisitas
Sumber: Diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan pada tabel di atas menunjukkan bahwa data menyebar baik di atas nilai 0 maupun di bawah nilai 0. Hal ini berarti data penelitian tersebut tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 9. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error
1	.813 ^a	.661	.653	2.030

a. *Predictors:* (Constant), KUALITAS PELAYANAN

b. *Dependent Variable:* VOLUME PENJUALAN

Sumber: Diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat kita ketahui nilai koefisien determinasi atau *Adjusted R Square* sebesar 0,653 atau 65,3% yang berarti kemampuan variabel kualitas pelayanan dalam memengaruhi variabel volume penjualan adalah sebesar 65,3% dan 34,7% dipengaruhi oleh variabel lainnya diluar model regresi ini.

Uji Regresi Linier Sederhana

Tabel 10. Uji Regresi Linier Sederhana

Model	Unstd. Coefficients		Std. Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.709	1.293		5.189	.000
Kualitas Pelayanan	.555	.060	.813	9.254	.000

a. *Dependent Variable: VOLUME PENJUALAN*

Sumber: Diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan hasil di atas dapat dirumuskan model regresi linier sederhana sebagai berikut:

$$Y = 6,709 + 0,555x$$

Berikut penjelasan dari hasil regresi di atas:

- a) Nilai konstanta (α) bernilai positif sebesar 6,709 yang artinya apabila variabel independen yaitu Kualitas Pelayanan dianggap konstan atau tidak mengalami perubahan sama dengan 0 (nol), maka variabel minat beli berada pada angka 6,709.
- b) Koefisien variabel media sosial (β) dari perhitungan regresi linier berganda nilai coefficients (β) = 0,555 berarah positif. Hal ini menunjukkan setiap peningkatan pada variabel media sosial, sebesar 1 poin dan variabel lainnya tetap, maka media sosial akan mengalami kenaikan sebesar 0,555.

Tabel 11. Uji Hipotesis

Model	Unstd. Coefficients		Std. Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.709	1.293		5.189	.000
Kualitas Pelayanan	.555	.060	.813	9.254	.000

a. *Dependent Variable: VOLUME PENJUALAN*

Sumber: Diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat kita ketahui nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t-hitung (9,254) > nilai t-tabel (2,015). Hal ini berarti bahwa volume penjualan pada UMKM Mie Cihuy dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas pelayanan.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa uji validitas menunjukkan hasil valid, dengan total kuesioner 46 responden dan didapatkan nilai r-table sebesar 0,2907. Maka uji validitas variabel dimensi X1 atau dimensi Tangible dengan jumlah korelasi rata-rata 0,729 dan nilai signifikan di bawah 0,05 membuktikan telah valid dan sesuai. Kemudian variabel dimensi X2 atau dimensi Reliability dengan jumlah korelasi rata-rata 0,591 dan nilai signifikan kurang dari 0,05 membuktikan telah valid dan sesuai. Variabel dimensi X3 atau dimensi Responsiveness dengan jumlah korelasi rata-rata 0,485 dan nilai signifikan kurang dari 0,05 membuktikan telah valid dan sesuai telah valid dan sesuai. Variabel X4 atau Assurance dengan jumlah korelasi rata-rata 0,641 dan nilai signifikan kurang dari 0,05 membuktikan telah valid dan sesuai telah valid dan sesuai. Dan terakhir X5 atau Emphaty dengan jumlah korelasi rata-rata 0,639 dan nilai signifikan kurang dari 0,05 membuktikan telah valid dan sesuai telah valid dan sesuai.

Berdasarkan data dari tabel 2 menunjukkan nilai Cronbach Alpha (0,943) > 0,60, hal tersebut dapat disimpulkan bahwa responden pada penelitian ini dapat dikatakan reliabel dan dapat dipertanggungjawabkan.

Hasil penelitian uji Statistik Deskriptif menunjukkan bahwa tingkat penilaian skala kualitas layanan menunjukkan rerata kategori Interval di atas 3,40 – 4,19. Maka dapat disimpulkan untuk kualitas pelayanan sudah dalam kategori setuju atau sudah baik.

Hasil koefisien determinasi ditunjukkan dengan nilai Adjusted R Square sebesar 0,653 atau 65,3% yang berarti kemampuan variabel kualitas pelayanan dalam memengaruhi variabel volume penjualan adalah sebesar 65,3% dan 34,7% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak terdapat pada model regresi pada penelitian ini.

Hasil regresi sederhana menunjukkan nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t-hitung (9,254) > nilai t-tabel (2,015). Hal ini berarti bahwa volume penjualan pada UMKM Mie Cihuy dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas pelayanan.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis di atas, maka dapat diambil kesimpulan Pada skala kualitas pelayanan untuk keseluruhan dimensi yaitu Berwujud (tangibles),

Kehandalan (reliability), Ketanggapan (responsiveness), Jaminan dan Kepastian (assurance), dan Empati (emphaty) masuk dalam kategori setuju, maka kualitas pelayanan UMKM Mie Cihuy sudah dianggap baik.

Selanjutnya untuk kuesioner penelitian telah terbukti valid dan reliabel untuk di teliti, kuesioner variabel dimensi dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya. Namun berdasarkan hasil skala kualitas layanan terdapat beberapa nilai sangat tidak setuju seperti pada dimensi empati pada bagian karyawan tidak dapat memahami spesifik kebutuhan konsumen, maka hal ini dapat menjadi evaluasi dan perbaikan untuk kualitas pelayanan pada rumah makan "Mie Cihuy"

Berdasarkan hasil dari analisis regresi sederhana menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan Berpengaruh signifikan terhadap Volume Penjualan Mie Cihuy. Lalu berdasarkan hasil koefisien determinasi diketahui Kualitas Pelayanan berpengaruh sebesar 65,3% terhadap Volume Penjualan Mie Cihuy.

IMPLIKASI

Pada penelitian selanjutnya diharapkan peneliti dapat menggunakan sampel yang lebih banyak agar hasil penelitian lebih baik. Selain itu peneliti juga dapat menambahkan variabel-variabel lain sehingga variabel kualitas layanan dapat dijelaskan lebih lengkap.

DAFTAR PUSTAKA

- Abduh, R., & Syarif, R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Kualitas Makanan dan Lingkungan Fisik Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Restoran Dapur Indonesia Menteng). *JURNAL IKRAITH-EKONOMIKA*, 5(3), 236–245. <http://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA>
- Andreya, E. (2022). 100 Pelaku Usaha Kecil Ikuti UMKM Go Online Virtual Expo 2022. *Aptika.Kominfo.Go.Id*, 8–11. <https://aptika.kominfo.go.id/2022/10/100-pelaku-usaha-kecil-ikuti-umkm-go-online-virtual-expo-2022/>
- Anggraini, R., & Yana, M. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Tempat, dan Kualitas Makanan Khas Melayu Terhadap Kepuasan Pelanggan Wisata Kuliner di Kota Batam. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 1081–1094. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.697>
- Ariyanto, A. dkk. (2021). *STRATEGI PEMASARAN UMKM DI MASA PANDEMI* (Hadion Wij). CV INSAN CENDEKIA MANDIRI.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan.PDF*.
- MENENGAH, D. K. D. U. K. (2020). *Jumlah Pelaku UMKM per Kecamatan di Karawang*. OPENDATA KARAWANG.

<https://opendata.karawangkab.go.id/datasets/dinkopukm/jumlah-pelaku-umkm-per-kecamatan-di-kabupaten-karawang-1630551268>

Sugiyono, (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV Alfabeta.

Sugiyono, (2016). *Metode Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono, (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). CV ALFABETA.