



## **Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Volume Penjualan (Studi Kasus pada Usaha Mini Market Madina Sejahtera di Dalam Lidang Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal)**

**Siti Aminah Harahap<sup>1\*</sup>, Muhammad Ardiansyah<sup>2</sup>, Andy Hakim<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal, Indonesia

[harahapsitiaminah69@gmail.com](mailto:harahapsitiaminah69@gmail.com), [mardiansyah@stain-madina.ac.id](mailto:mardiansyah@stain-madina.ac.id), [andyhakim@gmail.com](mailto:andyhakim@gmail.com)

Alamat: Jl.Prof.Dr.Andi Hakim Nst Komplek Stain, Pidoli Lombang, Kec.Panyabungan,  
Kabupaten Mandailing Natal, Sumatera Utara 22976

Korespondensi penulis: [harahapsitiaminah69@gmail.com](mailto:harahapsitiaminah69@gmail.com)\*

**Abstract:** *The purpose of this study was to determine the effect of service quality on sales volume at the Madina Sejahtera mini market in Dalan Lidang, Panyabungan District, Mandailing Natal Regency. The research method used is a quantitative method by describing data using purposive sampling. The sample of this study was 100 people using a quantitative approach with the help of SPSS version 21. Data analysis using the t test obtained the results of t count 14.053 and t table at a significance level of 5% of 1.664, so t count > t table. This shows that there is an effect of service quality on sales volume in Dalan Lidang, Panyabungan District, Mandailing Natal Regency.*

**Keywords:** *Service Quality, Sales Volume, Customer Satisfaction*

**Abstrak:** Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap volume penjualan pada mini market Madina Sejahtera di Dalan Lidang Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan mendeskripsikan data menggunakan *purposive sampling*. Sampel penelitian ini adalah 100 orang dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan bantuan SPSS versi 21. Analisis data menggunakan uji t diperoleh hasil t hitung 14,053 dan t tabel pada taraf signifikansi 5% sebesar 1,664 maka t hitung > t tabel. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap volume penjualan di Dalan Lidang Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal.

**Kata kunci:** Kualitas Pelayanan, Volume Penjualan, Kepuasan pelanggan

### **1. LATAR BELAKANG**

Persaingan antar para pengusaha saat ini sudah semakin ketat. Hal ini dikarenakan banyaknya para pesaing yang menawarkan produk yang sama dan kualitas yang tidak terlalu berbeda. Salah satu jalan untuk mendapatkan konsumen hanyalah dengan mengambil hati konsumen dengan memberikan pelayanan yang dapat memuaskan hati para konsumen (Winata, Andri, Fiqri, 2017).

Salah satunya syarat yang harus dipenuhi oleh tiap perusahaan agar bisa sukses dalam persaingan adalah tetap menjaga kepuasan pelanggan. Menetapkan tujuan yang jelas dan terukur melalui para perusahaan, untuk itu perusahaan harus benar-benar mampu mendistribusikan barang yang diperjual belikan dengan harga dan pelayanan yang sesuai. Karna keberlangsungan hidup perusahaan dapat dilihat dengan bagaimana cara perusahaan memberikan pelayanan yang terbaik kepada para konsumen.

Dalam dunia perdagangan kepuasan pelanggan adalah hal yang paling utama. Antara pihak penjual dan pembeli sama-sama saling membutuhkan, oleh karena itu diharapkan tidak terjadi permasalahan apapun dalam aktivitas jual-beli tersebut. Keterkaitan antara penjual dan pembeli menjadi tolak ukur bahwa kejujuran adalah hal paling utama agar tidak dapat merugikan pihak lain (Ahmad, Mutiara Amanah, M. Agussalim, 2021).

Aspek yang mendasari peneliti menganalisis dampak antara kedua variabel adalah keingintahuan peneliti yang besar terhadap perbedaan antara kedua variabel. Sebelumnya peneliti mengidentifikasi konflik pada tulisan tersebut, sebagai langkah awal peneliti telah melaksanakan evaluasi dan penilaian secara langsung juga mengakses sumber yang berasal dari aktivitas perdagangan usaha mini market madina sejahtera mengenai gambaran umum mini market mengenai kualitas pelayanan terhadap volume penjualan yang sejalan dengan masalah yang dibahas oleh peneliti.

Mini market madina sejahtera yang berada di Dalan Lidang merupakan salah satu mini market yang memperjual belikan berbagai kebutuhan sehari-hari umumnya kepada masyarakat sebagai sasaran perusahaan dalam keberlangsungan hidup mini market. Tabel di bawah menunjukkan jumlah penjualan mini market setiap bulannya pada tahun 2023 ini:

**Tabel 1.** Data penjualan di Mini Market Madina Sejahtera Tahun 2023

No.	Bulan	Jumlah Penjualan
1.	Januari	45.898.500
2.	Februari	64.355.500
3.	Maret	65.572.500
4.	April	62.423.500
5.	Mei	45.984.000
6.	Juni	46.987.500
7.	Juli	65.891.500
8.	Agustus	49.959.500
9.	September	38.989.500
10.	Oktober	45.898.500
11.	November	37.989.500
12.	Desember	53.818.500
	Jumlah	623.786.500

*Sumber: Data dari penjualan Mini Market Madina Sejahtera (2023)*

Sesuai pada tabel di atas, sudah terlihat bahwa volume penjualan di mini market Madina Sejahtera mengalami naik turun tiap bulannya. Ada beberapa alasan mengapa mini market mengalami naik turun pada volume penjualan, diantaranya dikarenakan musim dan cuaca yang berubah-ubah, kondisi ekonomi yang tidak stabil, kehadiran mini market lain (pesaing), perubahan demografi lokal (pengurangan jumlah penduduk), perubahan tren pasar yang mungkin tidak dapat diikuti oleh mini market dan bisa jadi juga karena perubahan kebijakan harga.

Sebagaimana hasil wawancara peneliti dengan salah satu konsumen mini market Madina Sejahtera yang bernama (Delima, rani, 2023) mengatakan bahwa mini market Madina Sejahtera di Dalam Lidang mengatakan keluhannya yaitu, kualitas pelayanan yang diberikan kurang memuaskan, seperti tidak ramahnya pegawai, lambatnya pelayanan, atau kurang responsif terhadap kebutuhan konsumen.

Ketersediaan produk mini market tidak konsisten dalam menyediakan produk yang dibutuhkan oleh konsumen, baik dalam hal ketersediaan stok maupun variasi produk. Pengalaman negatif atau buruk sebelumnya seperti produk yang tidak segar atau berkualitas rendah, masalah dengan transaksi pembayaran atau kebersihan yang kurang dapat membuat konsumen enggan datang kembali. Ketentuan harga produk mini market dianggap tinggi atau tidak bersaing dengan mini market lain disekitar (Fiaisyah, 2018).

## **2. KAJIAN TEORI**

### **Kualitas Pelayanan**

#### **a. Defenisi Kualitas Pelayanan**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pelayanan yaitu puas, merasa senang, perihal (hal yang bersifat puas, kesenangan, kelegaan dan sebagainya). Menurut (Fahtira virdha noor, 2020) kualitas layanan itu berfokus pada kegiatan penyelesaian tuntutan serta keinginan pelanggan dan kesesuaian penyampaian untuk menetralkan keinginan pembeli. Pelayanan merupakan serangkaian kegiatan atau rangkaian tindakan yang tidak terlihat secara langsung yang muncul sebagai akibat dari adanya interaksi antara konsumen dengan tenaga kerja atau aspek lain yang terkait oleh badan usaha penyedia layanan yang dimaksud ialah menyelesaikan permasalahan pembeli (Noviyanti, 2018).

Kualitas pelayanan dalam perspektif Islam sangat diutamakan. Dalam Islam, pelayanan kepada sesama dianggap sebagai tindakan yang mulia. Prinsip-prinsip seperti kejujuran, keadilan, kasih sayang, dan kesabaran dianggap penting dalam

memberikan pelayanan yang baik. Selain itu islam juga mendorong untuk membantu yang membutuhkan dan memperlakukan orang lain dengan hormat.

#### **b. Indikator Kualias Pelayanan**

Indikator kualitas layanan yang diharapkan konsumen dalam mendapatkan pelayanan (Kotler, 2019) memiliki beberapa hal :

1) Bukti fisik (*tangible*)

Bukti fisik (*tangible*) adalah ketersediaan infrastruktur, peralatan dan fasilitas koordinasi atau korelasi.

2) Daya tanggap (*responsiveness*)

Daya tanggap (*responsiveness*) adalah kehendak atau semangat seorang pekerja supaya berpartisipasi dalam menyediakan pelayanan yang diharapkan konsumen.

3) Keandalan (*reliability*)

Keandalan (*reliability*) adalah potensi dalam menyediakan layanan yang ditetapkan dengan tepat (*Accurately*) dan keterampilan yang diyakini (*dependably*), khususnya dalam menyediakan pelayanan dengan waktu yang ditentukan (tepat waku) sesuai metode yang konsisten, mengikuti rencana yang telah ditetapkan dan tidak cacat.

4) Jaminan (*assurance*)

Mencakup keahlian, keterampilan, sikap ramah, tata krama dan keandalan dalam interaksi pribadi untuk mengatasi keraguan konsumen dan memberikan rasa aman dari potensi bahaya dan resiko.

5) Empati (*empaty*)

Empati (*empaty*) yang mencakup pendekatan individual atau badan usaha dalam menginterpretasikan keperluan dan tantangan pembeli, interaksi yang efektif, kepedulian individu, serta efisiensi dalam berkomunikasi serta menjalin ikatan.

### **Volume Penjualan**

#### **a. Defenisi Volume Penjualan**

Volume penjualan merujuk pada jumlah unit produk atau layanan yang terjual selama periode waktu tertentu. Dimana yang dimaksud adalah metrik yang digunakan untuk mengukur seberapa sukses bisnis dalam menjual produknya. Volume penjualan dapat dihitung dalam berbagai cara, tergantung pada jenis bisnis dan produk atau layanan yang ditawarkan. Biasanya, perusahaan akan melacak volume penjualan

secara harian, bulanan atau tahunan dan ini dapat digunakan untuk menganalisis trend penjualan dan mengukur kinerja penjualan (Atmoko, 2018).

#### **b. Indikator Volume Penjualan**

Menurut (Swatha, 2020) menyimpulkan ada beberapa indikator dari volume penjualan sebagai berikut:

##### 1) Mencapai volume penjualan tertentu

Mencapai volumepenjualan tertentu memerlukan perencanaan yang baik, eksekusi yang cermat dan kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan pasar. Penting untuk memiliki strategi yang fleksibel dan terus belajar dari pengalaman untuk mencapai tujuan penjualan perusahaan.

##### 2) Mendapatkan laba tertentu

Untuk mencapai laba tertentu memerlukan perencanaan, eksekusi, dan manajemen keuangan yang baik. untuk selalu memonitor kinerja keuangan perusahaan dan bersedia mengambil tindakan yang diperlukan untuk mencapai tujuan laba yang telah ditetapkan.

##### 3) Menunjang pertumbuhan perusahaan

Untuk menunjang pertumbuhan perusahaan memerlukan strategi yang baik, eksekusi yang hati-hati dan untuk beradaptasi dengan perubahan pasar. Rencana pertumbuhan harus menjadi dokumen yang hidup dan terus diperbaharui sesuai dengan kondisi bisnis yang berubah.

### **3. METODE PENELITIAN**

#### **Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif menekan pada fenomena-fenomena objektif dan dikajii secara kuantitatif. Pemilihan pendekatan kuantitatif ini berdasarkan pada informasi data yang diperoleh dari pihak usaha dagang, baik dari kuesioner, observasi, dokumen-dokumen sebagai sumber pendukung untuk menganalisis data.

#### **Populasi dan Sampel**

##### **1. Populasi**

Populasi dalam penelitian tersebut ialah masyarakat Kelurahan Dalam Lidang yang pernah melakukan pembelian di mini market Madina Sejahtera. Dalam Penelitian ini jumlah populasinya tidak diketahui secara pasti.

## 2. Sampel

Rumus Lemeshow adalah rumus yang dipakai untuk menentukan total sampel yang tidak teridentifikasi. Sampel akan berdampak pada penggambaran populasi dalam tahap penelitian. Menurut (Sugiyono, 2014) Sampel yaitu elemen dari populasi yang akan ditetapkan sebagai objek pada penelitian. Metode yang digunakan dalam penarikan sampel ini adalah *sampling incidental*. *Sampling incidental* (Siyoto, 2015) yaitu teknik penampilan sampel secara kebetulan, yaitu orang yang tanpa disengaja siapa saja yang kebetulan berjumpa dengan peneliti dapat dijadikan sebagai contoh sampel, jika dianggap orang yang kebetulan bertemu maka layak dijadikan sebagai sumber informasi.

Sampel ialah komponen dari jumlah serta karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2020). Jika populasi besar dan dan peneliti mustahil dapat mengamati keseluruhan pada populasi, sebagai contoh karena batasan finansial, usaha maupun waktu tertentu, maka peneliti dapat memakai sampel yang di peroleh dari populasi.

Penelitian ini menerapkan teknik *non-probability sampling* akibat populasi jumlah anggotanya tiada diketahui secara detail, maka menggunakan *sampling incidental* sebagai metode pengambilan sampelnya.

Karna populasi anggota tidak dapat diketahui secara pasti jumlahnya, maka ukuran sampel diperkirakan dengan rumus Lemeshow (Sugiyono, 2019):

$$\begin{aligned} n &= \frac{z^2 pq}{e^2} \\ &= \frac{(1,96)^2 (0,5) (0,5)}{(0,10)} \\ &= \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01} \\ &= \frac{0,9604}{0,01} \end{aligned}$$

$$n = 96,04 = 97 \text{ orang}$$

Keterangan:

n = sampel

z = harga terhadap korve normal untuk simpangan 5% dengan nilai 1,96

p = peluang benar 50% = 0,5

q = peluang salah 50% = 0,5

$e$  = margin error 10%

Dari hasil diatas 96,04 merupakan pecahan dan menurut (Sugiyono, 2019) pada perhitungan yang menghasilkan pecahan (terdapat koma) sebaiknya dibulatkan keatas. Sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang responden.

### Teknik Analisis Data

Teknik evaluasi yang diterapkan terhadap penelitian tersebut pendekatan analisis kuantitatif melalui alat analisis atau instrumen berupa:

1. Uji Validitas
2. Uji Reliabilitas
3. Uji Asumsi Klasik (uji normalitas dan uji heteroskedastisitas)
4. Uji Hipotesis (uji regresi linier sederhana, uji parsial (uji t), uji determinasi).

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

**Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap volume penjualan pada usaha mini market Madina Sejahtera di Dalam Lidang Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal.** Berdasarkan hasil SPSS versi 21, yang dilakukan kepada 100 responden, maka pembahasan penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1. Uji Validitas

Suatu instrumen dikatakan valid apabila nilai signifikansi hasil korelasi lebih besar dari 0,05 atau 5% atau  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  untuk degree of freedom (df) =  $n-2$ , dimana  $n$  ialah jumlah keseluruhan sampel. Maka degree of freedom (df) =  $n-2$  adalah  $100-2 = 98$ , yaitu sebesar 0,196 (Sugiyono, 2017).

**Tabel 2.** Uji Validitas Data Variabel (X)

Variabel	No.	Nilai		Keterangan
		$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	
Variabel X Kualitas Pelayana n	1.	0,482	0,196	Valid
	2.	0,637	0,196	Valid
	3.	0,589	0,196	Valid
	4.	0,584	0,196	Valid
	5.	0,594	0,196	Valid
	6.	0,629	0,196	Valid
	7.	0,523	0,196	Valid
	8.	0,482	0,196	Valid
	9.	0,503	0,196	Valid
	10.	0,382	0,196	Valid
	11.	0,575	0,196	Valid

12.	0,500	0,196	Valid
13.	0,482	0,196	Valid
14.	0,637	0,196	Valid
15.	0,589	0,196	Valid

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS Versi 21

**Tabel 3.** Uji Validitas Variabel Volume Penjualan

Variabel	No.	Nilai $r_{hitung}$	Nilai $r_{tabel}$	Keterangan
Variabel Y Volume Penjualan	1.	0,693	0,196	Valid
	2.	0,310	0,196	Valid
	3.	0,595	0,196	Valid
	4.	0,621	0,196	Valid
	5.	0,476	0,196	Valid
	6.	0,448	0,196	Valid
	7.	0,554	0,196	Valid
	8.	0,678	0,196	Valid
	9.	0,697	0,196	Valid

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS Versi 21

Hasil pengujian uji validitas kualitas pelayanan (X) dan volume penjualan (Y) dengan masing-masing 10 item pernyataan pada setiap indikator variabel dinyatakan valid semua, karna nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  yaitu menggunakan nilai r tabel 0,196 menggunakan tingkat signifikansi 5% (0,05).

## 2. Uji Reliabilitas

**Tabel 4.** Uji Reliabilitas Data

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Koefisien Alpha</i>	Keterangan
Variabel X Kualitas Pelayanan	0,834	0,60	Realibel
Variabel Y Volume Penjualan	0,712	0,60	Realibel

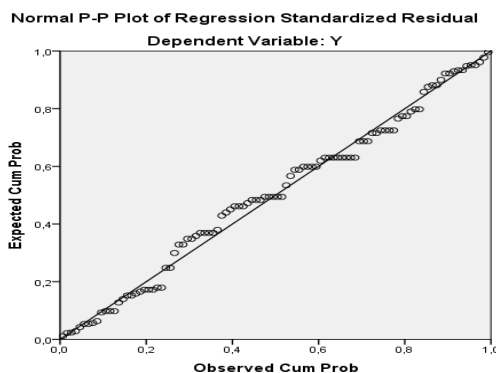
Sumber: Hasil Olahan Data SPSS Versi 21

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh hasil tetap pengukuran konsisten apabila dilakukan pengukuran alat ukur yang sama dan dapat diterima apabila koefisien *Cronbach's Alpha* diatas 0,60 (Sugiyono, 2018). Berdasarkan nilai *Cronbach's Alpha* dari seluruh variabel memiliki nilai  $> 60$ . Hasil ini menunjukkan bahwa setiap variabel penelitian telah memenuhi persyaratan, sehingga dapat dinyatakan pada setiap variabel memiliki nilai tingkat reabilitas yang tinggi.



### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

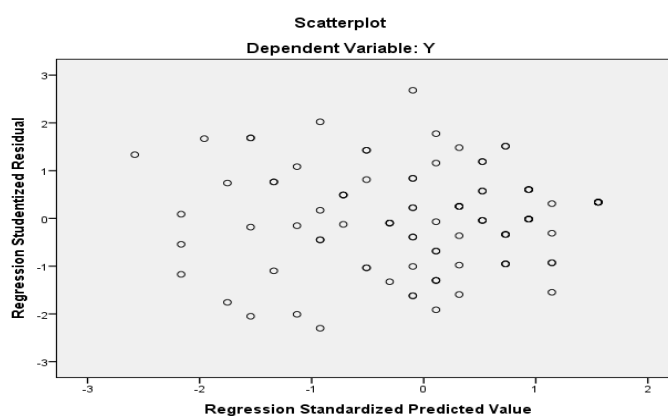


**Gambar 1.** Uji Normalitas P-P Plot

*Sumber: Hasil Olahan SPSS Versi 21*

Berdasarkan pada gambar normal P-P Plot of Regression, dapat dijelaskan bahwa garis diagonal dalam grafik ini menggambarkan keadaan ideal pada data yang mengikuti distribusi yang teratur. Karena titik-titik di sekitar garis adalah keadaan data yang diuji. Gambar diatas menunjukkan kebanyakan titik-titik berada sangat dekat dengan garis atau bahkan menempel ke garis, maka dapat ditetapkan bahwa data yang diperoleh mengikuti distribusi yang normal atau data berdistribusi normal (Gunawan, 2020).

#### b. Uji Heterokedastisitas



**Gambar 2.** Uji Heteroskedastisitas Scatterplot

*Sumber: Hasil Olahan Data SPSS Versi 21*

Uji Heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan uji Scatterplots. Dilihat dari grafik Scatterplots di atas, jelas bahwa sanya tidak terdapat pola tertentu karena titik-titik menyebar beraturan pada bagian atas dan bagian bawah sumbu 0 di sumbu Y. Maka dari itu dapat disimpulkan tidak ada terdapat gejala Heteroskedastisitas.

**4. Uji Hipotesis**

**a. Uji Regresi Linear Sederhana**

**Tabel 5.** Uji Regresi Linear Sederhana

Model	Unstandardied Coefficients		Standardied Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Contant)	8,637	2,229		3,757	,000
1. Kualitas Pelayanan	,478	0,034	,818	14,053	,000

Sumber: Hasil olahan data SPSS Versi 21

Sehingga persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 8,637 + 0,478X$$

Dari persamaan regresi itu dapat diartikan bahwa:

- 1). Konstanta sebesar 8,637 mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel volume penjualan adalah sebesar 8,637.
- 2). Koefisien regresi X sebesar 0,478 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai kualitas pelayanan, maka nilai volume penjualan meningkat sebesar 0,478. Koefisien regresi yang menunjukkan nilai positif, oleh karna itu dapat ditentukan bahwa posisi pengaruh variabel X terhadap Y ialah positif.

**b. Uji Parsial (Uji T)**

**Tabel 6.** Uji Parsial (Uji T)

Model	Unstandardied Coefficients		Standardied Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Contant)	8,637	2,299		3,757	,000
Kualitas Pelayanan	,478	,478	,818	14,053	,000

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS Versi 21

Uji t dikenal dengan uji parsial, yaitu untuk memaparkan berbagai aspek. Dampak satu variabel independen secara individual dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Uji t dipakai agar dapat melihat signifikan pengaruh dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) dengan menggunakan signifikan 0,05 (a = 5%). Apabila nilai signifikan > 0,05 dan sehingga nilai hipotesis tidak diterima. Apabila nilai signifikan < 0,05 dikatakan hipotesis diterima. Diketahui nilai signifikan untuk

pengaruh X terhadap Y yaitu sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} 14,053 > t_{tabel} 1,664$  maka dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima yang berarti terdapat pengaruh X terhadap Y.

### c. Uji Koefisien Determinasi

**Tabel 7.** Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the estimate
1.	,818	,668	,665	1,63515

*Sumber: Hasil olahan data SPSS Versi 21*

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat seberapa besar kontribusi/pengaruh variabel terikat (Suliyanto, 2014). Semakin besar nilai koefisien determinasi maka semakin baik kemampuan variabel X dalam menerangkan variabel Y dengan nilai koefisien korelasi  $R \text{ Square} = 0,668 \times 100\% = 66,8\%$ . Sedangkan sisanya 33,2% lagi dipengaruhi oleh variabel lain yang dimasukkan pada model penelitian ini.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap volume penjualan, telah dibuktikan dengan sukses oleh peneliti yang diolah dengan komputer program SPSS versi 21 diperoleh suatu persamaan yaitu kualitas pelayanan dapat mempengaruhi volume penjualan. Untuk uji t diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} 14,053 > t_{tabel} 1,664$  sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima yang berarti terdapat pengaruh X terhadap Y.

Kualitas pelayanan berpengaruh dalam konteks tertentu terhadap volume penjualan, telah dibuktikan dengan sukses oleh peneliti sebesar  $0,668 \times 100\% = 66,8\%$  sedangkan sisanya 33,2% dijelaskan oleh variabel lain, artinya bahwa masih ada variabel independen yang mempengaruhi volume penjualan.

Jadi kesimpulan dari pembahasan hasil penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan (Studi Kasus pada Usaha Mini Market Madina Sejahtera) di Dalam Lidang Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal

## Saran

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih belum sempurna dan memiliki beberapa hal yang perlu ditingkatkan. Peneliti memiliki saran yang diharapkan dapat memberikan masukan pada penseliti selanjutnya yang lebih baik. Arahan yang dapat diberikan kepada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan atau penjual

Bagi usaha mini market Madina Sejahtera di Dalam Lidang agar terus memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik lagi karna sudah terbukti dapat mempengaruhi volume penjualan.

2. Bagi peneliti selanjutnya di mini market Madina Sejahtera

- a) Bagi penelitian selanjutnya, dianjurkan untuk menggunakan sampel yang lebih luas, untuk memperoleh data yang lebih andal dan komprehensif.
- b) Mengadakan penelitian berjangka panjang, untuk mengamati dan menilai perubahan perilaku responden secara berkelanjutan.
- c) Diharapkan adanya variabel tambahan yang mungkin dapat mempengaruhi berbagai aspek lain dalam penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, M., Agussalim, M., & D. A. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk Padang. *Matua Jurnal*, 3(1), 107–122.
- Atmoko, T. (2018). Strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan di Cavinton Hotel Yogyakarta. *I(2)*, 83–96.
- Delima, R., & Dayah. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap volume penjualan mini market Madina Sejahtera. *Hasil Wawancara*, 25 November (Dalam Lidang).
- Fiaisyah, A., & N. P. (2018). Pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen restoran cepat saji KFC Basuki Rahma Surabaya. *Jurnal Tata Boga*, 72.
- Gunawan. (2020). Uji asumsi klasik. Dalam C. Gunawan, *Mahir menguasai SPSS*. Deepublish.
- Kotler, P. (2019). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Penerbit.
- Noor, F. V. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT Herba Penawar Al-Wahida Indonesia. *Skripsi*. Bengkulu.
- Noviyanti. (2018). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada CV Usaha Mandiri Jakarta Selatan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma*, 1(2).

- Siyoto, S., & S. A. (2015). *Dasar metodologi penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Penelitian kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. (2014). *Statistika non-parametrik*. Andi.