



Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan: Analisis Kualitas Pelayanan, Inovasi Produk dan Kepuasan Konsumen (Literature Review)

Agustus Martinus Hia^{1*}, Hapzi Ali², Fransiskus Dwikotjo Sri Sumartyo³

¹Mahasiswa Program Sarjana Manajemen, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, agustusmartinushia@gmail.com

²Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, email: hapzi@dsn.ubharajaya.ac.id

³Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, email: franciscus@dsn.ubharajaya.ac.id

*Corresponding Author: Agustus Martinus Hia¹

Abstrak: Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dimana objek yang digunakan merupakan masyarakat atau pelanggan yang berkunjung ke Coffee Shop bang raden di Kota Bekasi. Penelitian ini dilakukan dengan teknik sampel *Accidental sampling*. Adapun jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 224 responden. Rancangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengujian hipotesis (*hypothesis testing*) dengan menggunakan teknik analisis *Structural Equation Model* dengan alat bantu SmartPLS versi 3.0. Tujuan penulisan artikel ini guna membangun hipotesis pengaruh antar variabel untuk digunakan pada riset selanjutnya. Hasil artikel literature review ini adalah: 1) Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Penjualan; 2) Inovasi Produk berpengaruh terhadap Penjualan; 3) Kepuasan Konsumen berpengaruh terhadap Penjualan.

Kata Kunci: Penjualan, Kepuasan Konsumen, Kualitas Pelayanan dan Inovasi Produk

PENDAHULUAN

Pada masa pandemi covid-19 yang terjadi saat ini usaha-usaha coffee atau kedai kopi merupakan salah satu usaha yang sangat banyak diminati oleh pelaku usaha di Indonesia khususnya Bekasi. Hal ini ditandai dengan menjamurnya coffee shop di seluruh sudut kota Bekasi. Banyaknya *coffee shop* yang bermunculan mengakibatkan para pemilik usaha berupaya untuk memenangkan persaingan. Oleh sebab itu, pengusaha *coffee shop* dituntut untuk memiliki kreativitas dalam menciptakan produk rasa minuman yang dijual, sehingga membedakan dengan produk minuman hasil jualan *coffee shop* lainnya dan dapat bertahan dalam persaingan.

Pengunjung yang datang ke kedai kopi biasanya menghabiskan waktu sambil mengobrol, memperluas jaringan pertemanan, hingga berdiskusi tentang topik-topik yang

sedanghangat dibicarakan dan menjadikan kedai kopi menjadi tempat untuk melepaskan penat sekaligus berkumpul dengan teman-teman dan keluarga. Untuk itu kualitas pelayanan yang diberikan harus bisa memanjakan pelanggan sehinggapelanggan mendapatkan kenyamanan dan kepuasan pada saatberkunjung ke kedai kopi, selain itu kualitas pelayanan yang diberikan akan mempengaruhi loyalitas pelanggan terhadap kedai kopi tersebut.

Sektor pertanian merupakan salah satu sektor penunjang perekonomian negara Indonesia. Salah satu sub sektor pertanian yang memberikan kontribusi besar terhadap PDB negara yaitu sub sektor perkebunan sebesar 3,27 persen. Salah satu komoditi perkebunan adalah komoditi kopi. Kopi merupakan komoditi hasil perkebunan yang memiliki peranan penting di perekonomian Indonesia (Ditjenbun 2013). Tanaman tropis yang dapat tumbuh di mana saja kecuali dataran terlalu tinggi atau daerah-daerah tandus ini menjadi bahan dagangan sejak berabad lalu yang diolah menjadi minuman lezat berkhasiat. Kopi arabika dan kopi robusta merupakan jenis kopi yang masif dibudidayakandi perkebunan Indonesia.

Saat konsumen melakukan pembelian mereka tidak hanya memperhatikan tata letakdan memperhatikan produk yang sediakan, namun harus memperhatikan suasana saat membeli sehingga dapat memberikan rasa nyaman bagi konsumen saat membeli produk. Konsumen dapat merasakan sesuatu yang berbeda dari store yang lain dan dapat memberikan rasa senang dan nyaman serta betah didalam *store* tersebut sehingga dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian sehingga konsumen juga dapat menciptakan *Word of mouth* ke kerabat dan teman-temannya.

Inovasi, tapi juga termasuk pada pemikiran bisnis baru dan proses baru, Inovasi juga dipandang sebagai mekanisme perusahaan untuk beradaptasi dalam lingkungan yang dinamis. Oleh sebab itu maka perusahaan diharapkan menciptakan pemikiran-pemikiran baru, gagasan baru yang menawarkan inovasi produk inovatif serta memberikan pelayanan yang memuaskan bagi pelanggan. Inovasi semakin memiliki arti penting bukan saja sebagai suatu alat untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan melainkan juga untuk unggul dalam persaingan.

Karena minat pembelian ulang ini yang nantinya dapat menjadi tolak ukur kepuasan konsumen saat berbelanja online. Kualitas toko online tentunya juga berpengaruh terhadap *marketplace* itu sendiri, keduanya berkaitan satu sama lain. *Marketplace* yang ada di Indonesia adalah salah satu hal yang menjadi penggerak ekonomi untuk menghadapi masa globalisasi. Sehingga *review* konsumen, kualitas pelayanan, dan promosi penjualan harus dapat memberikan nilai positif untuk minat pembelian ulang.

Pentingnya mengetahui sejauh mana perkembangan dunia cafe shop dengan melihat faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dalam penjualan. dari uraian latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk mengambil judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Inovasi Produk Terhadap Penjualan Melalui Kepuasan Konsumen Pada Coffee Shop Bang Raden Kota Bekasi”.

Berdasarkan latar belakang, maka dapat di rumuskan permasalahan yang akan dibahas guna membangun hipotesis untuk riset selanjutnya yaitu:

- 1) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap penjualan?
- 2) Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap penjualan?
- 3) Apakah kepuasan konsumen berpengaruh terhadap penjualan?

KAJIAN PUSTAKA

Penjualan

Menurut (Abdullah, 2017) “Penjualan merupakan kegiatan pelengkap atau suplemen dari pembelian untuk memungkinkan terjadinya transaksi. Jadi kegiatan pembelian dan penjualan merupakan satu kesatuan untuk dapat terlaksananya transfer hak dan transaksi. Menurut (Mulyadi, 2014) menyatakan bahwa “Penjualan adalah suatu kegiatan yang terdiri

dari transaksi penjualan barang atau jasa, secara kredit maupun tunai.

Menurut Philip Kotlar (2012) Indikator-indikator yang membentuk volume penjualan adalah: 1. Harga jual, 2. Produk, 3. Promosi, 4. Saluran distribusi, 5. Mutu dan kualitas barang. Penjualan sudah diteliti oleh peneliti sebelumnya diantaranya adalah: (Zed & Ratnaningsih, 2022).

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan salah satu hal yang memiliki peranan penting dalam bisnis. Kepuasan konsumen merupakan tonggak utama dalam keberhasilan suatu perusahaan. Oleh karena itu, dalam upaya pemenuhan kepuasan konsumen, perusahaan harus jeli dalam mengetahui pergeseran kebutuhan dan keinginan konsumen yang setiap saat berubah. Apabila produsen dapat menghasilkan produk dan jasa sesuai dengan apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen yang berbeda-beda. Menurut Philip Kotler (Sunyoto, 2013:35), konsumen bisa mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja dibawah harapan, pelanggan akan merasa kecewa tetapi kinerja sesuai dengan harapan konsumen akan merasa puas dan bila kinerja bisa melebihi harapan maka konsumen akan merasakan sangat puas.

Menurut Tjiptono (2014: 368-369) Indikator kepuasan konsumen, yaitu: 1. Kepuasan pelanggan keseluruhan, 2. Dimensi kepuasan pelanggan, 3. Konfirmasi harapan (*confirmation of expectations*), 4. Niat beli ulang (*repurchase intention*), 5. Kesiapan untuk merekomendasi (*willingness to recommend*), 6. Ketidakpuasan pelanggan (*customer dissatisfaction*).

Kepuasan Konsumen sudah banyak diteliti oleh peneliti sebelumnya diantaranya adalah: (Riana & Nafiati, 2021), (Mardiana, 2020), (Mulawarman et al., 2019), (Prasetyo et al., 2022), (Tatael et al., 2022), (Zed & Ratnaningsih, 2022), (Worek & Sepang, 2021), (Poha et al., 2022), (Saputra et al., 2021).

Kualitas Pelayanan

Batinggi dan Badu (2009), mengemukakan bahwa berdasarkan Kamus Umum Bahasa Indonesia; pelayanan kata dasarnya adalah layan dan kata kerjanya adalah melayani, artinya menolong, menyediakan segala apa yang diperlukan orang lain. Sementara itu S. Lukman dan Moenir dalam Batinggi dan Badu (2009), juga mengatakan “pelayanan merupakan suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik dan menyediakan kepuasan pelanggan”.

Indikator-indikator dari kualitas pelayanan menurut Mulawarman (2014) kualitas pelayanan dapat diukur melalui beberapa indikator yang terdiri dari: 1. Sistem keluhan dan usul, 2. Survei kepuasan pelanggan, 3. Ghost shopping, 4. Analisis pelanggan yang hilang.

Kualitas Pelayanan sudah banyak diteliti oleh peneliti sebelumnya diantaranya adalah: (Hazimi Bimaruci Hazrati Havidz, 2020), (Nastiti & Astuti, 2019), (Suastini & Mandala, 2018), (Arief Budiyanto, 2018), (Suarjana & Suprati, 2018), (Christina Catur Widayati et al., 2020), and (C.C. Widayati et al., 2020), (Ali, Narulita, et al., 2018), (Ikhsani & Ali, 2017), (Richardo et al., 2020), (Brata et al., 2017), (R. Anggita & Ali, 2017a), (Novansa & Ali, 1926), (Meutia et al., 2021), (Hadita, 2019)

Inovasi Produk

Mengingat perubahan selera yang cepat dalam teknologi dan persaingan, perusahaan tidak bisa hanya mengandalkan produk yang ada untuk mempertahankan laba atau untuk mempertahankan laba kinerja bisa dengan melakukan inovasi produk yang berkelanjutan, inovasi produk meliputi berbagai kegiatan pengembangan produk, perbaikan produk, pengembangan yang seluruhnya baru, dan perubahan yang meningkatkan jangkauan atau jumlah lini produk yang dapat ditawarkan perusahaan

Menurut Thomas W. Zimmerer dkk (2008:57) dalam Nurhaita(2016:21) indikator inovasi produk yaitu : 1. Perubahan Desain, 2. Inovasi Teknis, 3.Pengembangan Produk . Sudah banyak di teliti oleh peneliti sebelumnya diantaranya adalah : (Riana & Nafiati, 2021), (Mulawarman et al., 2019), (Khotim et al.,2021), (Worek & Sepang., 2021) , (Dewi & Prasdinari, 2022).

Penelitian Terdahulu

Penelitian ini sebagaimana peneliti uraikan secara singkat hasil penelitian terdahulu yang relevan berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan dan inovasi produk terhadap penjualan melalui kepuasan konsumen. Serta mencoba memahami hasil-hasil penelitian yang dilakukan oleh para peneliti sebelumnya. Berikut bahan rujukan sebagai acuan untuk penelitian:

Tabel 1. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

No	Author (tahun)	Hasil Penelitian	Persamaan Dengan Penelitian	Perbedaan Dengan Penelitian
1	(Riana & Nafiati, 2021)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pengaruh inovasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen.	Terdapat persamaan bahwa penelitian dan penulisan memiliki persamaan dalam meneliti inovasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.	Terdapat perbedaan judul yang diteliti oleh penulis yaitu studi kasus PT Pos Indonesia KPC Sipiriok.
2	(Handayani & Siti,2020)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang dengan dimediasi kepuasan pelanggan.	Terdapat persamaan bahwa memiliki persamaan dalam penelitian variabel pengaruh kualitas pelayanan melalui Kepuasan Pelanggan	Terdapat perbedaan terkait variabel Kepuasan Pelanggan sebagai variabel pemediasi.
3	(Mardi ana, 2020)	Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan Kualitas Produk dan Kualitas Layanan secara parsial berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsumen. Dan secara simultan (bersama-sama) Variabel Kualitas Produk dan Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Yotta Milk Cabang Talasalapang.	Penelitian dan penulisan memiliki persamaan dalam meneliti tentang kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen.	Terdapat perbedaan yaitu peneliti memakai Kualitas Produk.
4	(Mulawar man et al., 2019)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan juga loyalitas konsumen, kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.	Terdapat persamaan bahwa penelitian dan penulisan memiliki persamaan dalam meneliti Inovasi produk terhadap kepuasan pelanggan.	Penelitian memiliki variabel Loyalitas Konsumen.

5	(Khotimet al.,2021)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan pelayanan dan inovasi produk terhadap kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan.	Terdapat persamaan bahwa penelitiandan penulisanmemiliki persamaandalam menelitipelayanan dan inovasi produk terhadap kepuasan Pelanggan.	Terdapat perbedaanjud ul yang diteliti oleh penulis yaitu studi kasus CV. AFCO Group Jombang.
6	(Prasetyo etal., 2022)	Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan Pelayanan, Harga, Komunikasi terhadap kepuasan konsumen berpengaruh signifikan.	Terdapat persamaan bahwa penelitian dan penulisan memiliki persamaan dalam meneliti kualitas pelayanan terhadapkepuasan konsumen.	Terdapat perbedaan judul yang diteliti oleh penulis yaitu studi kasus pada PT JNE Babat Lamongan.
7	(Tataelet al., 2022)	Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan kualitas produk, review online, dan niat beli terhadap kepuasan konsumen berpengaruh positif.	Terdapat persamaan bahwa penelitian dan penulisanmemiliki persamaandalam meneliti kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.	Terdapat perbedaan judul yang diteliti oleh penulis yaitu studi kasus pada toko Aice pada konsumen milenial di Manado.
8	(Zed & Ratnaningsih., 2022)	Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan kualitas produk, kualitas pelayanan, promosi penjualan terhadap kepuasan konsumen berpengaruh signifikan.	Terdapat persamaan bahwa penelitian danpenulisan memiliki persamaan dalam meneliti kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasankonsumen.	Terdapat perbedaan judul yang diteliti oleh penulis yaitu studi kasus pada Marcs Venus LP dinamicdi PT Kimia Farma Apotek Jakarta.
9	(Worek & Sepang., 2021)	Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan Inovasi produk, kualitas pelayanan, dan keputusan pembelian terhadap kepuasan konsumen berpengaruh signifikan.	Terdapat persamaan bahwa penelitian danpenulisan memiliki persamaan dalam meneliti inovasi produk, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.	Terdapat perbedaan judul yang diteliti oleh penulis yaitu studi kasus pada PT Pegadaian (Persero) Karombasan.
10	(Poha etal., 2022)	Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan citra merek, kualitas produk, kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen berpengaruh signifikan	Terdapat persamaan bahwa penelitian dan penulisan memiliki persamaan dalam meneliti kualitas pelayanan dan kepuasankonsumen	Terdapat perbedaan judul yang diteliti oleh penulis yaitu studi kasus pada pengunjung kopi dari hati marisa

METODE PENELITIAN

Metode penulisan artikel ilmiah ini adalah dengan metode kuantitatif dan kajian pustaka (Library Research). Mengkaji teori dan hubungan atau pengaruh antar variabel dari buku-buku dan jurnal baik secara *off line* di perpustakaan dan secara *online* yang bersumber dari

Mendeley, Scholar Google dan media online lainnya.

Dalam penelitian kuantitatif, kajian pustaka harus digunakan secara konsisten dengan asumsi-asumsi metodologis. Artinya harus digunakan secara induktif sehingga tidak mengarahkan pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh peneliti. Salah satu alasan utama untuk melakukan penelitian kuantitatif yaitu bahwa penelitian tersebut bersifat menggambarkan atau menganalisis data. Digunakan untuk mengklasifikasikan data dalam bentuk angka dengan melakukan beberapa uji coba dengan pengumpulan data yang dilakukan yaitu dengan menggunakan kuesioner. (sugiyono, 2014)

PEMBAHASAN

Berdasarkan kajian teori dan penelitian terdahulu yang relevan maka pembahasan artikel *literature review* ini dalam konsentrasi Manajemen Pemasaran adalah:

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Penjualan.

Konsumen akan melakukan pembelian ulang setelah membeli produk tertentu untuk digunakan atau dikonsumsi, selanjutnya berminat untuk membeli ulang produk yang sama (Hartini & Hartelina, 2022). Jika seorang konsumen merasa puas maka akan terjalinnya hubungan yang positif antara konsumen dengan produsen, dan kemudian akan terjadi loyalitas pelanggan dan dapat mempromosikan perusahaan tersebut yang akan memberikan keuntungan terhadap perusahaan itu sendiri (Riana & Nafiati, 2021).

2. Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Penjualan.

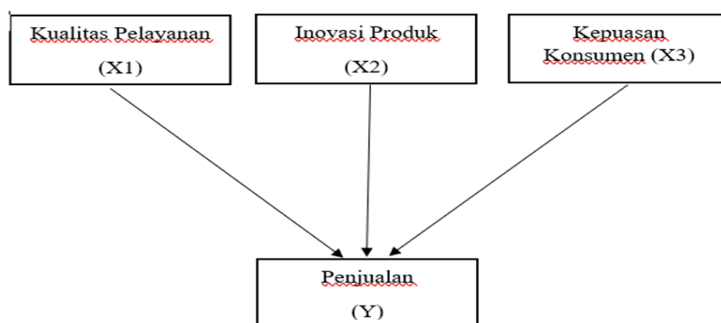
Hal lain yang perlu diperhatikan oleh perusahaan selain kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan adalah inovasi. Karena perusahaan juga membutuhkan inovasi atau perubahan agar tetap bertahan dalam persaingan pangsa pasar di dalam perkembangan teknologi informasi yang semakin cepat. Perusahaan harus menciptakan produk dan jasa baru serta mempunyai teknologi yang canggih jika suatu perusahaan ingin berhasil dan memenangkan pasar. Inovasi adalah perubahan produk yang berbeda dari produk sebelumnya (Riana & Nafiati, 2021).

3. Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Penjualan.

Konsumen akan melakukan pembelian ulang setelah membeli produk tertentu untuk digunakan atau dikonsumsi, selanjutnya berminat untuk membeli ulang produk yang sama (Hartini & Hartelina, 2022). Jika seorang konsumen merasa puas maka akan terjalinnya hubungan yang positif antara konsumen dengan produsen, dan kemudian akan terjadi loyalitas pelanggan dan dapat mempromosikan perusahaan tersebut yang akan memberikan keuntungan terhadap perusahaan itu sendiri (Riana & Nafiati, 2021).

Kerangka pemikiran

Berdasarkan rumusan masalah, kajian teori, penelitian terdahulu yang relevan dan pembahasan pengaruh antar variabel, maka diperoleh kerangka berfikir artikel seperti di bawah ini.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Artikel ini membahas mengenai Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan: Analisis Kualitas Pelayanan, Inovasi Produk Dan Kepuasan Konsumen. Terdapat Faktor Lain yang berpengaruh terhadap Penjualan, antara lain:

- 1) Harga: (Yeni et al., 2019), (Saputra, 2021), (Mahaputra & Saputra, 2021a), (Sudiantini & Saputra, 2022), (Noviriska, 2019), (Mahaputra & Saputra, 2021b), (Widodo et al., 2017), (Mukhtar et al., 2016), (M & Ali, 2017), (Wahono & Ali, 2021), (Havidz et al., 2020), (Hasyim & Ali, 2022), (Fauzi & Ali, 2021), (Hermawan, 2022a), (Gunawan et al., 2022), (Suroso, 2022), (Christian et al., 2022), (Ramadhan & Bukhari, 2020)
- 2) Kualitas Produk: (M & Ali, 2017), (Limakrisna & Ali, 2016), (Yunita & Ali, 2017), (Saputra & Mahaputra, 2022a), (Ali & Mappesona, 2016), (Saputra & Mahaputra, 2022c) (Ali et al., 2018), (Mahaputra & Saputra, 2021b), (Sitio & Ali, 2019), (Anggita & Ali, 2017), (Ali, Zainal, et al., 2022), (Shobirin & Ali, 2019), (Saputra, 2022b), (Mahaputra & Saputra, 2021c)
- 3) Tempat: (Saputra, 2022c), (Riyanto et al., 2017), (Saputra & Ali, 2022), (Ali, Sastrodiharjo, et al., 2022), (Saputra, 2022a), (Maharani & Saputra, 2021), (Saputra & Saputra, 2021), (Supriyadi et al., 2019), (Sitio & Ali, 2019), (Riyanto et al., 2017), (Agussalim et al., 2020), (Saputra & Mahaputra, 2022a), (Mahaputra & Saputra, 2021a), (Ali, 2020), (Pandiangan et al., 2021), (Ridwan et al., 2020), (Saputra, 2022b), (Sudiantini, 2020), (Sulistiyowati et al., 2022), (Winarso et al., 2018), (Nursal, Komariah, et al., 2022), (Panday & Nursal, 2021), (Soehardi et al., 2021), (Nursal, Rianto, et al., 2022).
- 4) Promosi: (M & Ali, 2017), (Limakrisna & Ali, 2016), (Ali et al., 2016), (Hasyim & Ali, 2022), (Ali, Zainal, et al., 2022). (Saputra & Mahaputra, 2022b), (Mahaputra & Saputra, 2022), (Saputra, 2022b), (Hermawan, 2022b), (Saputra & Mahaputra, 2022c), (Shobirin & Ali, 2019), (Saputra & Saputra, 2021), (Fahmi & Ali, 2022), (Atmoko & Noviriska, 2022), (Nofrialdi, 2021), (Rahmayani & Nofrialdi, 2022), (Pratikno et al., 2022), (Sari et al., 2021), (Yulianingrum et al., 2021), (Handayani & Wati, 2017).
- 5) Citra Perusahaan: (Mahaputra & Saputra, 2022), (Erviani et al., 2019), (Saputra & Ali, 2022), (Syauket et al., 2022), (Sutiksno, S. D. U., Rufaidah, P., Ali, H., & Souisa, 2017), (Mahaputra & Saputra, 2021b), (Maharani & Saputra, 2021), (Hermawan, 2021), (Hadita, 2019), (Kustiwan & Hadita, 2020), (Hadita & Adiguna, 2019), (Meutia et al., 2021), (Hernikasari et al., 2022), (Hadita et al., 2020), (Jumawan et al., 2020).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan teori artikel yang relevan dan pembahasan maka dapat di rumuskan hipotesis untuk riset selanjutnya:

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Penjualan.
2. Inovasi Produk berpengaruh terhadap Penjualan.
3. Kepuasan Konsumen berpengaruh terhadap Penjualan.

Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka saran pada artikel ini adalah bahwa masih banyak faktor lain yang mempengaruhi Penjualan, selain dari Kualitas Pelayanan, Inovasi Produk dan Kepuasan Konsumen pada semua tipe dan level organisasi atau perusahaan, oleh karena itu masih di perlukan kajian yang lebih lanjut untuk mencari faktor-faktor lain apa saja.

DAFTAR RUJUKAN

Agussalim, M., Ndraha, H. E. M., & Ali, H. (2020). The implementation quality of corporate governance with corporate values: Earning quality, investment opportunity set, and

- ownership concentration analysis. *Talent Development and Excellence*.
- Ali, H. (2020). *Modul Strategic Management Program Studi Magister Management*.
- Ali, H., Evi, N., & Nurmahdi, A. (2018). The Influence of Service Quality , Brand Image and Promotion on Purchase Decision at MCU Eka Hospital. *Business and Management Studies*. <https://doi.org/10.21276/sjbms.2018.3.1.12>
- Ali, H., Limakrisna, N., & Jamaluddin, S. (2016). Model of customer satisfaction: The empirical study at Bri in Jambi. *International Journal of Applied Business and Economic Research*.
- Ali, H., & Mappesona, H. (2016). Build brand image: Analysis Service Quality and Product Quality (case study at Giant Citra Raya). *International Journal of Economic Research*.
- Ali, H., Sastrodiharjo, I., & Saputra, F. (2022). Pengukuran Organizational Citizenship Behavior : Beban Kerja , Budaya Kerja dan Motivasi (Studi Literature Review). *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 1(1), 83–93.
- Ali, H., Zainal, V. R., & Ilhamalimy, R. R. (2022). Determination of Purchase Decisions and Customer Satisfaction: Analysis of Brand Image and Service Quality (Review Literature of Marketing Management). *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 3(1), 141–153. <https://doi.org/10.31933/dijdbm.v3i1.1100>
- Anggita, R., & Ali, H. (2017). The Influence of Product Quality, Service Quality and Price to Purchase Decision of SGM Bunda Milk (Study on PT. Sarihusada Generasi Mahardika Region Jakarta, South Tangerang District). *Scholars Bulletin*. <https://doi.org/10.21276/sb>
- Atmoko, D., & Noviriska. (2022). PERAN PEMUDA DALAM MENCEGAH BAHAYA NARKOBA DAN PORNOGRAFI DI KELURAHAN RAWAJATI, KECAMATAN PANCORAN, JAKARTA SELATAN. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 62–67.
- Christian, Y., Suroso, S., & Untari, D. T. (2022). PROJECT PERFORMANCE ANALYSIS USING BALANCED SCORECARD (CASE STUDY : MANAGE SERVICE PROJECT AT PT . X). *Dinasti International Journal of Management Science*, 3(4), 702–714.
- Erviani, R. S., Suciati, T. N., & Pohan, A. (2019). KONSEP DIRI ANGGOTA DEWAN PEREMPUAN DPR RI (Studi Interaksionisme Simbolik Tentang Konsep Diri Anggota Dewan Perempuan DRR RI Dari Kalangan Selebritas Periode 2014-2019). *Ubhara J*, 97–107. <https://doi.org/10.1037//0033-2909.126.1.78>
- Fahmi, I., & Ali, H. (2022). DETERMINATION OF CAREER PLANNING AND DECISION MAKING: ANALYSIS OF COMMUNICATION SKILLS, MOTIVATION AND EXPERIENCE (LITERATURE REVIEW HUMAN RESOURCE MANAGEMENT). *Dinasti International Journal of Management Science*, 3(5), 823–835.
- Fauzi, D. H., & Ali, H. (2021). DETERMINATION OF PURCHASE AND REPURCHASE DECISIONS: PRODUCT QUALITY AND PRICE ANALYSIS (CASE STUDY ON SAMSUNG SMARTPHONE CONSUMERS IN THE CITY OF JAKARTA). *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 2(5), 794–810. <https://doi.org/10.31933/dijdbm.v2i5.965>
- Gunawan, R., Suroso, S., & Syarief, F. (2022). EFFECT OF TECHNOLOGY , EMPLOYEE COMPETENCY AND LEADERSHIP ON OPERATIONAL PERFORMANCE AT MALEO PRODUCER PLATFORM-MADURA OFFSHORE PT . RADIANT UTAMA. *Dinasti International Journal Of Management*, 3(4), 694–701.
- Hadita. (2019). Promosi Dan Harga pada Kepuasan Pelanggan Restoran Fast Food. *Ekspektra : Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 25–38. <https://doi.org/10.25139/ekt.v3i1.1431>

- Hadita, & Adiguna, D. (2019). The effect of location and the promotion mix on visitors' interest: The case of Muara Beting beach and the forest of Mangrove Muara Gembong Bekasi. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 8(5), 1–13.
- Hadita, Widjanarko, W., & Hafizah. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Smartphone Terhadap Keputusan Pembelian di Masa Pandemic Covid19. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 20(3), 261–268. <https://doi.org/10.31599/jki.v20i3.294>
- Handayani, M., & Wati, L. (2017). Analisa Pengaruh Arus Kas Terhadap Rasio Likuiditas (Studi Kasus Pada PT. Maju Jaya Jakarta). In *Jurnal Kajian Ilmiah* (Vol. 17, Issue 2, pp. 63–70). [http://repository.ubharajaya.ac.id/759/1/Handayani-Wati-Analisa Pengaruh Arus Kas Terhadap Rasio Likuiditas-repo.pdf](http://repository.ubharajaya.ac.id/759/1/Handayani-Wati-Analisa%20Pengaruh%20Arus%20Kas%20Terhadap%20Rasio%20Likuiditas-repo.pdf)
- Hasyim, U., & Ali, H. (2022). REUSE INTENTION MODELS THROUGH CUSTOMER SATISFACTION DURING THE COVID-19 PANDEMIC: CASHBACK PROMOTION AND E-SERVICE QUALITY CASE STUDY: OVO ELECTRONIC MONEY IN. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 3(3), 440–452.
- Havidz, H. B. H., Hudaya, A., & Ali, H. (2020). MODEL OF CONSUMER TRUST ON TRAVEL AGENT ONLINE: ANALYSIS OF PERCEIVED USEFULNESS AND SECURITY ON RE- PURCHASE INTERESTS (CASE STUDY TIKET.COM). *Dinasti International Journal of Economic, Finance, and Accounting*, 1(1), 110–124. <https://doi.org/10.38035/DIJEFA>
- Hermawan, E. (2021). Literature Review Company Policy: Workload, Work Time and Employee Compensation. *Journal of Law Politic and Humanities*, 1(3), 126–134.
- Hermawan, E. (2022a). ANALISIS PENGARUH BEBAN KERJA, KONFLIK PEKERJAAN- KELUARGA DAN STRES KERJA TERHADAP KINERJA PT. SAKTI MOBILE JAKARTA. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(4), 372–380.
- Hermawan, E. (2022b). Pengaruh Lingkungan Kerja, Stres Kerja, dan Beban Kerja Terhadap Kinerja PT. Sakti Mobile Jakarta. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 22(2), 1410–9794. <http://ejurnal.ubharajaya.ac.id/index.php/JKI>
- Hernikasari, I., Ali, H., & Hadita, H. (2022). Model Citra Merek Melalui Kepuasan Pelanggan Bear Brand: Harga Dan Kualitas Produk. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(3), 329–346. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i3.837>
- Jumawan, Hadita, & Khalida, R. (2020). Peranan Teknologi dan Informasi Dalam Kepemimpinan di Karang Taruna Kelurahan Harapan Jaya. *Jurnal ABDIMAS (Pengabdian Kepada Masyarakat) UBJ*, 3(1), 33–40.
- Kustiwan, S., & Hadita. (2020). The Impact of the First Media Product Purchase Decision on Brand Image and Product Quality (First Media Customer Survey in DKI Jakarta). *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 4(4), 77–85.
- Limakrisna, N., & Ali, H. (2016). Model of Customer Satisfaction: Empirical Study At Fast Food Restaurants in Bandung. *International Journal of Business and Commerce*.
- M, A., & Ali, H. (2017). MODEL KEPUASAN PELANGGAN: ANALISIS KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP CITRA MEREK PADA GIANT CITRA RAYA JAKARTA. *Jurnal Manajemen*. <https://doi.org/10.24912/jm.v21i3.254>
- Mahaputra, M. R., & Saputra, F. (2021a). Application Of Business Ethics And Business Law On Economic Democracy That Impacts Business Sustainability. *Journal of Law Politic and Humanities*, 1(3), 115–125.
- Mahaputra, M. R., & Saputra, F. (2021b). Literature Review the Effect of Headmaster Leadership on Teacher Performance, Loyalty and Motivation. *Journal of Accounting and Finance Management*, 2(2), 103–113.
- Mahaputra, M. R., & Saputra, F. (2021c). RELATIONSHIP WORD OF MOUTH,

- ADVERTISING AND PRODUCT QUALITY TO BRAND AWARENESS. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 2(6), 1099–1108.
- Mahaputra, M. R., & Saputra, F. (2022). Determination of Public Purchasing Power and Brand Image of Cooking Oil Scarcity and Price Increases of Essential Commodities. *International Journal of Advanced Multidisciplinary*, 1(1), 36–46.
- Maharani, A., & Saputra, F. (2021). Relationship of Investment Motivation , Investment Knowledge and Minimum Capital to Investment Interest. *Journal of Law Politic and Humanities*, 2(1), 23–32.
- Meutia, K. I., Hadita, & Widjarnarko, W. (2021). Dampak Brand Image dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Miniso. *Journal of Technopreneurship on Economics and Business Review*, 2(2), 75–87. <https://doi.org/10.37195/jtebr.v2i2.68>
- Mukhtar, Risnita, Saifillah, M. S., & Ali, H. (2016). Effect of knowledge management and work commitment to employees satisfaction services (Study on teacher Madrasah Aliyah Country Jambi Province). *International Journal of Economic Research*.
- Nofrialdi, R. (2021). Online Shopping Behavior Model: Determining the Factors Affecting Repurchase Intention. *Journal of Law, Politic and Humanities*, 1(2), 88–97.
- Noviriska. (2019). SOLUSI KONFLIK HUKUM BISNIS DALAM KONTRAK KERJASAMA ANTARA AGENCY MODEL DAN TALENT DENGAN PARA PIHAK PADA INDUSTRI ENTERTAINMENT. *Jurnal Krtha Bhayangkara*, 13(1), 76–99.
- Nursal, M. F., Komariah, N. S., & Rianto, M. R. (2022). Pengaruh Money Saving , Time Saving , Pendapatan dan Lingkungan Sosial terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Online Food pada Masyarakat Muslim di Kota Bekasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), 1769–1775.
- Nursal, M. F., Rianto, M. R., & Bukhari, E. (2022). The Influence of Market Orientation , Entrepreneurial Orientation , Knowledge Management and Learning Organization on Performance Mediated by Innovation in Culinary SME ' s i n Bekasi. *East Asian Journal of Multidisciplinary Research (EAJMR)*, 1(8), 1691–1702.
- Panday, R., & Nursal, M. F. (2021). The effect of service quality and customer satisfaction on customer loyalty. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 4(1), 171–180. <https://doi.org/10.1108/ijbm-03-2019-0096>
- Pandiangan, K., Masiyono, M., & Dwi Atmogo, Y. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 471–484. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.459>
- Pratikno, Y., Hermawan, E., & Arifin, A. L. (2022). Human Resource 'Kurikulum Merdeka' from Design to Implementation in the School: What Worked and What not in Indonesian Education. *Jurnal Iqra' : Kajian Ilmu Pendidikan*, 7(1), 326–343.
- Rahmayani, O., & Nofrialdi, R. (2022). The Effect of Utilization of Social Media Instagram @Nanarfshop on Buying Interest of Fisipol Students University Ekasakti Padang. *Journal of Law Politic and Humanities*, 2(2), 85–94.
- Ramadhan, A., & Bukhari, E. (2020). Analisis Komparasi Penghasilan Driver Go-Jek Dan Grab Terhadap Standar Upah Minimum Regional Kota Bekasi Pada Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen*, 16(2), 26–31. <https://doi.org/10.31599/jiam.v16i2.293>
- Ridwan, M., Mulyani, S. R., & Ali, H. (2020). Perceived organizational support in efforts to improve organizational commitments and its impact on employee performance(study at SPMI private university in West Sumatra). *Talent Development and Excellence*.
- Riyanto, S., Adila, L., & Ali, H. (2017). The Effect of Incentives And Job Enthusiasm To Productivity of Go- Jek Driver At PT . Go-Jek Indonesia. *Journal of Research in*

- Business and Management*, 5(1), 35–41.
- Saputra, F. (2021). Leadership , Communication , And Work Motivation In Determining The Success Of Professional Organizations. *Journal of Law Politic and Humanities*, 1(2), 59–70.
- Saputra, F. (2022a). Analysis Effect Return on Assets (ROA), Return on Equity (ROE) and Price Earning Ratio (PER) on Stock Prices of Coal Companies in the Indonesia Stock Exchange (IDX) Period 2018-2021. *Dinasti International Journal of Economics, Finance and Accounting*, 3(1), 82–94. <http://repository.uph.edu/41805/%0Ahttp://repository.uph.edu/41805/4/Chapter1.pdf>
- Saputra, F. (2022b). Analysis of Total Debt , Revenue and Net Profit on Stock Prices of Foods And Beverages Companies on the Indonesia Stock Exchange (IDX) Period 2018-2021. *Journal of Accounting and Finance Management*, 3(1), 10–20. <https://doi.org/https://doi.org/10.38035/jafm.v3i1>
- Saputra, F. (2022c). The Role of Human Resources , Hardware , and Databases in Mass Media Companies. *International Journal of Advanced Multidisciplinary*, 1(1), 45–52.
- Saputra, F., & Ali, H. (2022). PENERAPAN MANAJEMEN POAC: PEMULIHAN EKONOMI SERTA KETAHANAN NASIONAL PADA MASA PANDEMI COVID-19 (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN POAC). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(3), 316–328. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i3>
- Saputra, F., & Mahaputra, M. R. (2022a). Building Occupational Safety and Health (K3): Analysis of the Work Environment and Work Discipline. *Journal of Law Politic and Humanities*, 2(3), 105–114.
- Saputra, F., & Mahaputra, M. R. (2022b). EFFECT OF JOB SATISFACTION , EMPLOYEE LOYALTY AND EMPLOYEE COMMITMENT ON LEADERSHIP STYLE (HUMAN RESOURCE LITERATURE STUDY). *Dinasti International Journal of Management Science*, 3(4), 762–772.
- Saputra, F., & Mahaputra, M. R. (2022c). Relationship of Purchase Interest , Price and Purchase Decisions to IMEI Policy (Literature Review Study). *Journal of Low Politic and Humanities*, 2(2), 71–80.
- Saputra, F., & Saputra, E. B. (2021). Measures of Corruption : Needs , Opportunity and Rationalization. *Journal of Law Politic and Humanities*, 2(1), 42–50.
- Sari, R. K., Woestho, C., & Handayani, M. (2021). Analisis Kemampuan Keuangan Daerah Pada Daerah Tertinggal di Provinsi Sulawesi Tengah. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 21(1), 45–54. <https://doi.org/10.31599/jki.v21i1.324>
- Shobirin, M., & Ali, H. (2019). Strategi Pengembangan Infrastruktur dalam Meningkatkan Pelayanan Penumpang di Bandar Udara Internasional Soekarno Hatta Cengkareng. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 1(2), 155–168.
- Sitio, T., & Ali, H. (2019). Patient Satisfaction Model and Patient Loyalty: Analysis of Service Quality and Facility (Case Study at Rawamangun Special Surgery Hospital). *Scholars Bulletin*, 5(10), 551–559. <https://doi.org/10.36348/sb.2019.v05i10.002>
- Soehardi, S., Meutia, K. I., Dharmanto, A., Mulyadi, M., & Nursal, M. F. (2021). Model Keputusan Turis Melalui Aksesibilitas, Akomodasi Dan Media Sosial Di Tanjung Lesung. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 3(1), 187. <https://doi.org/10.31599/jmu.v3i1.876>
- Sudiantini, D. (2020). *Leaders and Culture*.
- Sudiantini, D., & Saputra, F. (2022). Pengaruh Gaya Kepemimpinan: Kepuasan Kerja, Loyalitas Pegawai dan Komitmen di PT Lensa Potret Mandiri. *Formosa Journal of Sustainable Research (FJSR)*, 1(3), 467–478.
- Sulistiyowati, A., Rianto, M. R., Handayani, M., & Bukhari, E. (2022). Pengaruh Financial Literacy, Return dan Resiko terhadap Keputusan Investasi Generasi Milenial Islam di

- Kota Bekasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), 2253–2260. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/5956%0Ahttps://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/download/5956/2441>
- Supriyadi, T., Apriyenti, L. U., Rismalinda, Hutahaeon, E. S. H., Pertiwi, Y. W., Gina, F., Fitriyanto, M., & Anifah. (2019). Cita-citamu Mau Jadi Apa ? : Mengajarkan Cita-cita Pada Anak-Anak Komunitas Rumah Pelangi Bekasi. *JURNAL ABDIMAS UBJ: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 131–139.
- Suroso, S. (2022). Analysis of the Effect of Capital Adequacy Ratio (CAR) and Loan to Deposit Ratio (LDR) on the Profits of Go Public Banks in the Indonesia Stock Exchange (IDX) Period 2016 – 2021. *Economit Journal: Scientific Journal of Accountancy, Management and Finance*, 2(1), 45–53. <https://doi.org/10.33258/economit.v2i1.610>
- Sutiksno, S. D. U., Rufaidah, P., Ali, H., & Souisa, W. (2017). A Literature Review of Strategic Marketing and The Resource Based View of The Firm. *Int. J. Econ. Res*, 14(8), 59–73.
- Syauket, A., Karsono, B., & Atmoko, D. (2022). Kebijakan Telemudik Bentuk Perlindungan Negara Pada Masyarakat Menuju New Normal Ditengah Pandemi Corona. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 22(1), 1–10. <https://doi.org/10.31599/jki.v22i1.696>
- Wahono, S., & Ali, H. (2021). Peranan Data Warehouse, Software Dan Brainware Terhadap Pengambilan Keputusan (Literature Review Executive Support Sistem for Business). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(2), 225–239. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i2.781>
- Widodo, D. S., Silitonga, P. E. S., & Ali, H. (2017). Analysis of Organizational Performance: Predictors of Transformational Leadership Style, Services Leadership Style and Organizational Learning (Studies in Jakarta Government). *International Journal of Economic Research*, 14(2), 167–182.
- Winarso, W., Nursal, M. F., & Prasetyo, E. T. (2018). Analisis Strategi Penetapan Harga Produk Usaha Kecil dan Menengah terhadap Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Bakso di Bekasi Utara). *Jurnal of Business and Entrepreneur*, 2(1), 1–14.
- Yeni, F., Gusnadi Erwin, & Hapzi Ali. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Pada Pt.Federal Internasional Finance (Fif) Group Di Kecamatan Ipuh, Kabupaten Mukomuko. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 1(1), 38–54. <https://doi.org/10.31933/jimt.v1i1.34>
- Yulianingrum, A., Rianto, M. R., & Handayani, M. (2021). Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Pendapatan, dan Perilaku Keuangan terhadap Kepuasan Keuangan pada Tenaga Harian Lepas SATPOL PP di Kabupaten (X). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen (JIAM)*, 17(1), 71–77. <http://ejurnal.ubharajaya.ac.id/index.php/JIAM/article/view/582>
- Yunita, D., & Ali, H. (2017). Model of Purchasing Decision (Renting) of Generator Set : Analysis of Product Quality, Price an Service at PT . Hartekprima Listrindo. *Economics, Business and Management*. <https://doi.org/10.21276/sjebm.2017.4.11.12>