

Kualitas Pelayanan Terhadap Volume Penjualan Pada SPBU Nusantara 44.53226 Di Cilacap Utara

Tati Heryati¹⁾, Rita Patonah²⁾ Dwi Linggarni³⁾,

^{1,2,3} Universitas Galuh

ARTICLE INFO

Article History:

Received 14 September 2022

Revised 03 November 2022

Accepted 04 November 2022

Keywords:

Kualitas Pelayanan;
Volume Penjualan;
SPBU Nusantara;
44.53226.

ABSTRACT

Sales Volume fluctuation is one of the problems that occur on the SPBU Nusantara 44.53226. The cause is suspected because of the poor quality of service provided by the gas station attendant to the customer. The purpose of this research is to: 1) Describe the quality of service (service quality); 2) Determine the sales volume of the product; 3) Analyze the influence of service quality on the volume of sales. This research uses a descriptive method with a quantitative approach. Data analysis techniques used the analysis of correlation, determination, and t-test. The results showed that: 1) The Quality of service in the company included in the high category; 2) the Volume of sales still experiences fluctuations; 3) There is no significant influence of service quality on the volume of sales at SPBU Nusantara 44.53226.

Volume Penjualan yang fluktuatif merupakan masalah bagi SPBU Nusantara 44.53226. Penyebabnya diduga karena buruknya kualitas pelayanan yang diberikan oleh petugas SPBU kepada pelanggan. Tujuan penelitian ini yaitu mendeskripsikan kualitas pelayanan (*service quality*), mengetahui volume penjualan produk, menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap volume penjualan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik analisis data menggunakan analisis korelasi, determinasi, dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pada perusahaan termasuk pada kategori tinggi, volume penjualan masih mengalami fluktuasi, tidak terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap volume penjualan pada SPBU Nusantara 44.53226.



© 2022 The Author(s). Published by Universitas Indraprasta PGRI, Jakarta, Indonesia. This is an open access article under the CC BY license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

Corresponding Author:

Rita Patonah,

Email: ritadearly@gmail.com

How to Cite: Heryati, T., Patonah, R., Linggarni, D. (2022). Kualitas Pelayanan Terhadap Volume Penjualan pada SPBU Nusantara 44.53226 di Cilacap Utara. *Sosio e-Kons*, 14 (3), 233-238

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan dunia perekonomian di Indonesia yang cukup pesat dan bertambahnya jumlah penduduk disetiap daerah perkotaan maupun pedesaan memicu bertambahnya penggunaan kendaraan bermotor sebagai sarana transportasi utama. Hal ini menyebabkan kebutuhan bahan bakar meningkat Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) jumlah kendaraan per tahun 2016 berjumlah 129.281.079 yang terdiri dari 14.580.666 mobil penumpang, 2.486.898 mobil bis dan 105.150.082 motor (Wijaya, 2020). Di Indonesia konsumsi bahan bakar minyak melebihi jumlah produksinya dimana tingkat konsumsi bahan bakar mencapai 1,6 juta barel per hari sedangkan jumlah produksi hanya 834 ribu barel perhari (Wijaya, 2020). Untuk menangani jumlah kebutuhan bahan bakar yang tinggi tersebut maka PT. Pertamina Persero melakukan penambahan jumlah SPBU atau (Stasiun Pengisian Bahan Bakar) disetiap kecamatan.

Kebijakan yang dilakukan oleh PT. Pertamina Persero terkait penambahan jumlah SPBU disetiap kecamatan menjadikan jarak antar SPBU saling berdekatan dan memicu timbulnya persaingan antar SPBU yang berdampak terhadap naik turunnya volume penjualan pada SPBU, selain itu meningkatnya jumlah penggunaan kendaraan bermotor tidak serta merta meningkatkan volume penjualan pada SPBU, hampir semua SPBU dihadapkan dengan masalah volume penjualan yang fluktuatif, hal ini dialami juga oleh SPBU Nusantara 44.53226. Berikut data volume penjualan SPBU Nusantara 44.53226 yang mengalami fluktuatif dalam lima bulan:

Tabel 1.
Daftar Volume Penjualan di SPBU Nusantara 44.53226
Jenis Produk (Dalam Liter)

Bulan	Premium	Pertalite	Pertamax	Pertamina Dex	Dexlite	Jumlah	Kenaikan
September 2020	194.300	176.966	38.040	893	4.268	414.467	-
Oktober 2020	194.300	226.399	39.727	732	4.073	465.231	12,25%
November 2020	194.300	248.353	39.760	1.293	5.383	489.089	5,13%
Desember 2020	194.300	217.563	41.067	1.318	3.200	457.448	-6,47%
Januari 2021	194.300	211.647	36.786	786	3.093	446.612	-2,37%
Jumlah Penjualan Setiap Varian	971.500	1.080.928	195.380	5.022	20.017	2.272.847	

Berdasarkan tabel 1 dapat diketahui bahwa volume penjualan pada SPBU Nusantara 44.53226 mengalami fluktuasi setiap bulannya. Bulan Oktober 2020 SPBU mengalami peningkatan penjualan sebesar 12,25 % dan bulan November 2020 SPBU mengalami peningkatan penjualan sebesar 5,13 %. Pada bulan Desember 2020 SPBU mengalami penurunan penjualan sebesar -6,47 % dan pada bulan Januari 2021 penjualan menurun sebesar -2,37 %. Padahal tahun sebelumnya saat sebelum terjadi pandemi COVID-19 volume penjualan bahan bakar mengalami peningkatan yang cukup tinggi saat hari libur nasional atau pada saat menjelang libur Natal dan tahun baru pada bulan Desember dan Januari.

Volume penjualan yang fluktuatif pada SPBU Nusantara 44.53226 diduga terjadi karena pengaruh faktor internal SPBU seperti *responsiveness* dari operator SPBU Nusantara 44.53226 yang kurang baik dalam menangani keluhan pelanggan. Banyak konsumen SPBU Nusantara 44.53226 merasa kecewa karena adanya pembatasan bahan bakar jenis premium dikarenakan masih banyak masyarakat di daerah Cilacap Utara yang masih menggunakan bahan bakar jenis premium. Kedua masalah ini menyebabkan rendahnya loyalitas konsumen pada SPBU Nusantara 44.53226 yang mana diduga berakibat terhadap volume penjualan yang fluktuatif. Menurut Kotler (dalam Kumagaya, 2019) "Volume penjualan adalah barang yang terjual dalam bentuk uang untuk jangka waktu tertentu didalamnya mempunyai strategi pelayanan yang baik".

Masalah volume penjualan yang fluktuatif sebagai dasar penulis berasumsi bahwa rendahnya kualitas pelayanan dari pihak karyawan sebagai faktor yang mempengaruhi volume penjualan. Menurut Supranto (dalam Asih, 2012) "Kualitas pelayanan adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik"

Kualitas pelayanan yang baik diduga dapat meningkatkan loyalitas konsumen karena konsumen cenderung loyal terhadap suatu perusahaan yang mampu memberikan produk dan kualitas pelayanan yang prima. Jika konsumen loyal maka pada akhirnya diduga akan berdampak terhadap peningkatan volume penjualan.

Penelitian yang dilakukan Sasangka dan Rusmayadi (2018) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap volume penjualan. Pada penelitian Lukman Sujudi (2019) diketahui bahwa terdapat perbedaan dengan penelitian penulis yang mana pada penelitian Lukman Sujudi didapatkan hasil signifikan antara variabel promosi dan kualitas pelayanan terhadap variabel volume penjualan. Pada penelitian (Jahari, Muhammad, Poniwati dan Sutopo, 2015) dinyatakan bahwa

terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *dependent* yaitu promosi, harga dan kualitas pelayanan terhadap variabel *independent* yaitu volume penjualan.

Hipotesis pada penelitian ini yaitu “Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap volume penjualan”.

METODE

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian yaitu metode deskriptif dengan pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif melalui analisis statistik. Populasi pada penelitian ini yaitu semua konsumen SPBU Nusantara 44.53226 yang berkunjung ke SPBU Nusantara 44.53226 sekitar bulan Desember 2020 sampai dengan bulan April 2021 dengan rata-rata pengunjung harian berjumlah 90 orang dan jumlah sampel sebanyak 30 responden dengan teknik pengambilan sampel yaitu *sampling incidental* yaitu responden yang ditemui ketika penulis melakukan observasi

Teknik pengumpulan data menggunakan instrumen angket dan dokumentasi. Teknik analisis data dilakukan pada data angket kualitas pelayanan yang meliputi Uji Prasyarat statistik yaitu Uji Validitas dan Uji Reliabilitas, sedangkan Uji Analisis Data dengan Uji Koefisien Korelasi, Uji Determinasi, dan Uji t.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Kualitas pelayanan pada SPBU Nusantara 44.53226 berada pada kategori tinggi, karena berada pada interval 61 % - 80%. Hal tersebut terjadi karena pihak SPBU selalu memberikan kualitas pelayanan kepada pelanggan dengan berpedoman pada Standar Operasional Prosedur Pengelolaan SPBU Pertamina (PT. Pertamina Persero) yang mana kualitas pelayanan dikatakan baik jika dilakukan dengan cepat, tepat dan nyaman, hal ini terimplementasikan dalam realita di lapangan yang mana petugas SPBU selalu menerapkan senyum, sapa, salam, menyediakan cara paling mudah bagi pelanggan ketika hendak membeli, dan menjawab seluruh pertanyaan pelanggan dengan profesional. Disamping itu juga terdapat pelayanan *physical tangible* yang meliputi, area parkir, mushola, kafetaria, tempat pengisian angin konvensional yang tidak berbayar serta pengisian nitrogen yang berbayar. Menurut Tjiptono dan Chandra (dalam Karimah, 2019) “Kualitas adalah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”.

Peningkatan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh pihak SPBU dilakukan secara menyeluruh dan disesuaikan dengan kelima indikator kualitas pelayanan. Untuk bukti fisik pada SPBU Nusantara 44.53226 tercermin pada produk BBM berkualitas dan mesin tangki bensin yang selalu dicek setiap harinya untuk memastikan bahwa kadar BBM dalam kondisi baik dan tidak ada air yang tercampur pada BBM. Reliability atau kehandalan pada SPBU Nusantara 44.53226 terlihat dari sikap petugas SPBU yang melayani pelanggan dengan ramah dan sesuai dengan peraturan SPBU yaitu budaya 3S atau (senyum, sapa dan salam). Petugas SPBU Nusantara 44.53226 juga selalu tanggap dalam menanggapi keluhan pelanggan. Selain itu pihak SPBU Nusantara 44.53226 juga menjamin keamanan pelanggan pada saat pengisian BBM yang mana tercermin pada tulisan yang menunjukkan bahwa ada peraturan tentang keamanan saat pengisian BBM. Petugas SPBU selalu menunjukkan sikap empati yang secara pribadi memberikan bantuan jika pelanggan kesulitan membuka penutup tangki bensin pada motor atau mobil. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Pasuraman, Zeithaml dan Berry (dalam Jasfar, 2005) terdapat lima dimensi kualitas pelayanan yang sering digunakan untuk mengukur kualitas layanan. Kelima dimensi tersebut yaitu:

1. *Reliability* (kehandalan), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang diinginkan dengan tepat (*accurately*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependably*), terutama memberikan jasa secara tepat waktu (*on time*), dengan cara yang sama sesuai dengan jadwal yang telah dijanjikan dan tanpa melakukan kesalahan setiap kali.
2. *Responsiveness* (daya tanggap), yaitu kemauan atau keinginan para karyawan untuk membantu dan memberikan jasa yang dibutuhkan konsumen.
3. *Assurance* (jaminan), meliputi pengetahuan, kemampuan, ramah, sopan dan sifat dapat dipercaya dari kontak personel untuk menghilangkan sifat keragu-raguan konsumen dan merasa terbebas dari bahaya dan resiko.
4. *Empathy* (empati), yang meliputi sikap kontak personel maupun perusahaan untuk memahami kebutuhan maupun kesulitan konsumen, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, kemudahan dalam melakukan komunikasi atau hubungan.
5. *Tangibles* (produk-produk fisik), tersedianya fasilitas fisik, perlengkapan dan sarana komunikasi dan lain-lain yang dapat dan harus ada dalam proses jasa.

Adapun upaya untuk lebih mempertahankan kualitas pelayanan dengan cara meningkatkan daya tanggap dari petugas SPBU terhadap pelanggan yang mana daya tanggap ini seperti sikap petugas yang tetap ramah melayani pelanggan pada saat shift malam, hal ini dikarenakan banyak petugas yang melayani pada saat shift malam cenderung acuh kepada pelanggan dan tidak menyapa terlebih dahulu. Kualitas pelayanan yang baik pada sebuah perusahaan memudahkan perusahaan dalam mencapai tujuan utama perusahaan seperti meningkatkan volume penjualan dan memperoleh laba. Hal ini dikarenakan menurut Elfian dan Ariwibowo (2018) mengatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Selain itu kualitas pelayanan yang baik merupakan nilai seumur hidup bagi perusahaan atau nilai yang menjadi kekuatan perusahaan dalam mempertahankan pangsa pasar baik dimasa kini ataupun masa yang akan datang.

Volume Penjualan Pada SPBU Nusantara 44.53226

Berikut volume penjualan pada SPBU Nusantara 44.53226 selama bulan Desember 2020 sampai dengan bulan April 2021:

Tabel 2
Volume Penjualan

Bulan	Jenis Produk (Dalam Liter)					Jumlah	Kenaikan
	Premium	Pertalite	Pertamax	Pertamina Dex	Dexlite		
Desember 2020	194.300	217.563	41.067	1.318	3.200	457.448	
Januari 2021	194.300	211.647	36.786	786	3.093	446.612	-2,37%
Februari 2021	194.300	217.800	43.014	932	3.170	459.216	2,82 %
Maret 2021	194.300	223.749	41.089	1.013	4.884	465.035	1,27 %
April 2021	194.300	295.811	45.281	1.633	4.034	541.059	16,35%
Jumlah Penjualan Setiap Varian	1.554.400	1.818.288	324.764	8.600	32.105	3.738.157	

Volume penjualan pada SPBU Nusantara 44.53226 dari bulan Desember 2020 sampai bulan April 2021 mengalami fluktuasi. Hal ini terjadi karena berbagai hal seperti pandemi Covid-19 yang menjadikan berkurangnya aktivitas dari masyarakat karena hampir sebagian besar bekerja maupun bersekolah dilakukan melalui daring. Adanya larangan mudik lebaran menyebabkan volume penjualan yang biasanya naik sampai dua kali lipat pada saat satu bulan menjelang Idul Fitri menjadi bekurang dan hanya terjadi sedikit peningkatan volume penjualan pada saat masyarakat hendak membeli kebutuhan lebaran.

Volume penjualan pada SPBU Nusantara 44.53226 mengalami fluktuasi dikarenakan berbagai hal seperti standar *supplier* bahan bakar di tentukan oleh PT. Pertamina Persero dengan jumlah tertentu yang mana menyebabkan SPBU tidak dapat mengisi bahan bakar setiap waktu, karena untuk mengisi bahan bakar membutuhkan waktu yang tidak sebentar dan prosesnya tidak semudah perusahaan lain. Selain itu *cafeteria* pada SPBU tidak buka 24 jam, hal ini mengakibatkan jumlah pengunjung pada saat malam hari atau pada saat musim liburan kesulitan saat berada di *rest area* SPBU karena fasilitasnya tidak selalu tersedia.

BBM merupakan kebutuhan sekunder yang mutlak harus dipenuhi, hal ini dikarenakan sebagian besar transportasi yang ada di Indonesia masih menggunakan BBM sebagai bahan bakar utama untuk menjalankan kendaraan bermotor. Di Kecamatan Cilacap Utara kebutuhan akan bahan bakar terbilang cukup tinggi dari pada kecamatan lain di Kabupaten Cilacap, hal ini dikarenakan di Kecamatan Cilacap Utara terdapat beberapa perusahaan besar seperti pengilangan minyak PT. Pertamina Persero dan PT. Dinamix yang mana kedua perusahaan tersebut memiliki kendaraan besar seperti *container* dalam jumlah yang cukup banyak yang mana hal ini berimbas terhadap kebutuhan bahan bakar yang banyak.

Volume penjualan cukup sulit untuk dikendalikan karena daya beli pelanggan yang tidak pasti jumlah dan waktunya, serta sikap pelanggan yang tidak loyal pada SPBU yang ada pada wilayah domisilinya. Akan tetapi faktor – faktor pada volume penjualan dapat dijadikan acuan dalam mengendalikan volume penjualan agar tetap konstan. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Swastha (2018: 129) yang mengungkapkan bahwa faktor - faktor yang mempengaruhi volume penjualan adalah sebagai berikut :

- 1) Kondisi dan kemampuan penjual. Berikut beberapa masalah penting yang sangat berkaitan, yaitu :
 - a) Jenis dan karakteristik barang yang ditawarkan.
 - b) Harga produk.
 - c) Syarat penjualan, seperti: pembayaran, pengiriman, garansi dan sebagainya.
- 2) Kondisi Pasar, pasar sebagai kelompok pembeli atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan, dapat pula mempengaruhi kegiatan penjualannya, adapun faktor-faktor pasar yang perlu diperhatikan, yaitu :
 - a) Jenis pasarnya.
 - b) Kelompok pembeli atau segmen pasarnya.
 - c) Daya belinya.
 - d) Frekuensi pembelinya.
 - e) Keinginan dan kebutuhannya.
- 3) Modal.
- 4) Kondisi Organisasi Perusahaan.
- 5) Faktor Lain, seperti periklanan, peragaan dan kampanye pemberian hadiah yang sering mempengaruhi penjualan.

Adapun upaya untuk menangani masalah volume penjualan yang fluktuatif pada SPBU Nusantara 44.53226 perlu memperbaiki fasilitas penunjang kualitas pelayanan yang mana SPBU Nusantara 44.53226 perlu menyediakan berbagai fasilitas penunjang kualitas pelayanan seperti area parkir yang lebih luas, tempat ibadah yang lengkap dengan perlengkapan sholat, toilet umum yang bersih dan *cafeteria* yang dapat beroperasi lebih dari 12 jam dan sikap dari petugas SPBU lebih ramah lagi terhadap pelanggan, hal ini diharapkan dapat menjadi faktor penunjang dalam mengatasi volume penjualan yang fluktuatif pada SPBU Nusantara 44.53226.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Volume Penjualan Pada SPBU Nusantara 44.53226

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap volume penjualan pada SPBU Nusantara 44.53226. Dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan pada SPBU berada pada kategori tinggi tetapi volume penjualan masih mengalami fluktuasi, hal ini dikarenakan

volume penjualan merupakan hal yang sulit untuk dikendalikan karena daya beli konsumen yang tidak pasti jumlah dan waktunya.

Faktor lain yang menyebabkan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap volume penjualan dikarenakan terdapat banyak konsumen yang berdomisili di Kecamatan Cilacap Utara pergi ke SPBU Nusantara 44.53226 hanya untuk sekedar memenuhi kebutuhan akan BBM tanpa mempertimbangkan kualitas pelayanan yang disediakan oleh SPBU Nusantara 44.53226, sehingga mereka cenderung tidak loyal pada SPBU Nusantara 44.53226. Selain itu terdapat juga banyak konsumen yang tinggal di sekitar SPBU Nusantara 44.53226 juga membeli BBM pada SPBU lain, karena pemenuhan kebutuhan akan BBM tidak dapat ditunda. Apabila masyarakat yang berdomisili di Kecamatan Cilacap Utara membutuhkan BBM disuatu tempat ketika sedang berada diperjalanan pasti akan mencari SPBU terdekat yang mudah dijangkau dan tidak membeli BBM ke SPBU Nusantara 44.53226 sekalipun kualitas pelayanannya bagus. Hal tersebut sejalan dengan pendapat loyalitas yang dikemukakan oleh Oliver (dalam Kotler dan Keller, 138:2009) "Loyalitas pelanggan merupakan situasi yang pelanggan secara konsisten membelanjakan seluruh anggaran yang ada untuk membeli produk suatu layanan jasa dari penjual yang sama".

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap volume penjualan pada SPBU Nusantara 44.53226 karena pengunjung yang berdomisili di sekitar SPBU cenderung membeli karena butuh BBM tanpa memandang lokasi tempat pembeliannya. Hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sasangka dan Rusmayadi (2018) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap volume Pada Mini Market Minamart'90 Bandung", hal ini dikarenakan pada penelitian ini kebanyakan masyarakat yang berdomisili disekitar minimarket pasti membeli pada minimarket tersebut.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

1. Kualitas pelayanan pada SPBU Nusantara 44.53226 sangat baik dengan dibuktikan adanya *influencer* dari karyawan yang senantiasa sigap dalam melayani konsumen disertai dengan berbagai fasilitas pendukung yang dapat menciptakan kepuasan pelanggan.
2. Volume penjualan berfluktuasi.
3. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap volume penjualan pada SPBU Nusantara 44.53226.

Saran

1. Pihak SPBU Nusantara 44.53226 hendaknya lebih mempertahankan kualitas pelayanan dalam segala aspek penunjang fasilitas yang tersedia pada perusahaan.
2. Bagi yang berminat untuk melakukan penelitian lebih lanjut, sebaiknya variabel kualitas pelayanan dikombinasikan dengan variabel *Marketing Mix*.

ACKNOWLEDGEMENT

Penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada pihak perusahaan terutama Bapak Aji Asmoro, K.Is selaku manajer SPBU Nusantara 44.53226 yang telah memberikan izin bagi peneliti untuk melaksanakan penelitian dan seluruh Direksi beserta jajarannya serta petugas operator BBM yang telah membantu peneliti dalam pelaksanaan penelitian.

REFERENCES/DAFTAR PUSTAKA

- Asih, Daru.(2012). Analisis Faktor Kualitas Pelayanan Administrasi Akademik dalam Memberikan Kepuasan Kepada Mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Mercu Buana Jakarta. Seminar Online dan Call for Papers Vol.01 (<https://eprints.unisbank.ac.id>). Diakses 04 Desember 2020, pukul 07.20.
- Caesayuda Wijaya, Muhammad, dkk. (2020). Analisis Konsumsi Bahan Bakar Pada Tahap Perkerasan Kaku Ruas Jalan Kabupaten (Studi Kasus: Ruas Jalan Kabupaten Sragen). Jurnal Matriks Teknik Sipil Vol. 8 (2) (<https://jurnal.uns.ac.id>). Diakses 02 September 2021 pukul 20.07.
- Elfian, E., & Ariwibowo, P. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Bis Transjakarta di Terminal Kampung Melayu. Jurnal Dinamika Manajemen Dan Bisnis, 1(2). <https://doi.org/10.21009/jdmb.01.2.05>
- Jahari, Rofik Muhammad, Poniwati, Asmie dan Sutopo. (2015). Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Volume Penjualan Minimarket Darussalam Di Kecamatan Banyuates Sampang. E-Journal Manajemen "BRANCHMARCK" Vol. 1 (3) (<https://fe.unbhara.ac.id>). Diakses 04 Desember 2020 pukul 17.10
- Jasfar, Farida. (2005). Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2008). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Sujudi, Lukman. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Volume Penjualan Warung Six Di Pekanbaru. (<https://repository.uin-suska.ac.id>). Tidak diterbitkan.
- P. Kumagaya, Yohannes dan Debora, Veronika. (2019). Analisis Penjualan Cable Supreme Pada PT. Sumber Makmur Adiprayoga. GEMA: Jurnal Gentiaras Manajemen dan Akuntansi Vol. 11 (2), 167-177 (<https://jurnal.gentiaras.ac.id>). Diakses 04 Desember 17.05.
- Sasangka, Indra dan Rahmat Rusmayadi. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Volume Penjualan Pada Mini Market Minamart'90 Bandung. Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi) Vol.1 (2), 64-79 (<http://www.journal.stiemb.ac.id>). Diakses 04 Desember 2020, pukul 06.55.
- Sufi Karimah TH, Dania dan Sunarti. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Dampaknya Pada Behavior Intention (Survey Pada Tamu Fendi's Guest House Kota Malang). Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 70 (1), 19-28 (<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id>) .Diakses 04 Desember 2020, pukul 07.25.
- Swastha Basu. (2018). Manajemen Penjualan.Yogyakarta: BPFU UGM