

## **PENGARUH PERSEDIAAN BARANG DAN KETEPATAN WAKTU PENGIRIMAN TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA CV. ALLEGRA NUSANTARA MAKASSAR**

**Nur Fadilla<sup>1</sup>**

*Politeknik Negeri Ujung Pandang, Indonesia*

**Syahria Sari**

*Politeknik Negeri Ujung Pandang, Indonesia*

### **ABSTRACT**

*This Research aims to determine, : 1) customer perceptions of the inventory of goods at CV. Allegra Nusantara 2) Customer perception of the timeliness of delivery at CV. Allegra Nusantara 3) Customer perception of sales volume at CV. Allegra Nusantara. 4) The effect of inventory of goods on sales volume 5) Effect of Timeliness on Sales Volume at CV. Allegra Nusantara 6) Effect of inventory of goods and timeliness of delivery at CV. Allegra Nusantara. This study uses a quantitative approach with questionnaire data collection methods and interviews. The sample in this study amounted to 80 respondents taken from 406 population with the purposive sampling method and the slovin formula. Data analysis was carried out by multiple linear regression analysis using SPSS Version 16. Key findings from this research were as follows: 1) Customer perceptions of the inventory of goods at CV. Allegra Nusantara are appropriate 2) Customer perception of the timeliness of delivery at CV. Allegra Nusantara is appropriate 3) The effect of inventory of goods on sales volume is partial and significant 5) The effect of customers on the timeliness of delivery has a partial and significant effect 6) The effect of inventory of trade goods and timeliness of delivery on sales volume has a simultaneous and significant effect. With a coefficient of determination of 69.9% and the rest of the other variables outside the study.*

**Keywords:** *Inventory, Timeliness of Delivery, Sales Volume, CV. Allegra Nusantara*

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui 1) persepsi pelanggan terhadap persediaan barang pada CV. Allegra Nusantara 2) Persepsi pelanggan terhadap ketepatan waktu pengiriman pada CV. Allegra Nusantara 3) Persepsi pelanggan terhadap volume penjualan pada CV. Allegra Nusantara. 4) Pengaruh persediaan barang terhadap volume penjualan 5) Pengaruh Ketepatan Waktu terhadap Volume Penjualan pada CV. Allegra Nusantara 6) Pengaruh persediaan barang dan ketepatan waktu pengiriman pada CV. Allegra Nusantara. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode pengumpulan data kuesioner dan wawancara sampel pada penelitian ini berjumlah 80 responden yang diambil dari 406 populasi dengan metode purposive sampling dan rumus slovin. Analisa data dilakukan dengan analisis regresi linear berganda menggunakan SPSS Versi 16. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Persepsi pelanggan terhadap persediaan barang pada CV. Allegra Nusantara ialah sesuai 2) Persepsi pelanggan terhadap ketepatan waktu pengiriman pada CV. Allegra Nusantara ialah sesuai 3) Persepsi pelanggan terhadap volume penjualan adalah tinggi 4) pengaruh persediaan barang terhadap volume penjualan adalah berpengaruh secara parsial dan signifikan 5) Pengaruh pelanggan terhadap ketepatan waktu pengiriman berpengaruh secara parsial dan signifikan 6) Pengaruh persediaan barang dagang dan ketepatan waktu pengiriman terhadap volume penjualan berpengaruh secara simultan dan signifikan. Dengan koefisien determinasi sebesar 69,9 % dan sisanya dari variable lain di luar penelitian.

**Kata Kunci :** *Persediaan, Ketepatan Waktu Pengiriman, Volume Penjualan, CV. Allegra Nusantara.*

---

<sup>1</sup>E-mail Corresponding Author: [nurfadilla@gmail.com](mailto:nurfadilla@gmail.com)  
Diterima (04/04/2024), Dipublikasikan Online (30/06/2024)  
P-ISSN: 2775-1279, E-ISSN: 2775-2186

## 1. PENDAHULUAN

Persediaan barang sangat penting bagi perusahaan terutama bagi para distributor, ketersediaan barang merupakan salah satu hal yang menjadi pertimbangan pelanggan dalam membeli terutama sebagai pertimbangan untuk membeli kembali atau repeat buying. Selain persediaan barang yang memadai, salah satu faktor dalam penjualan barang adalah ketepatan waktu pengiriman barang ke pelanggan hal tersebut juga mempengaruhi keputusan pelanggan untuk membeli kembali barang di perusahaan. Waktu pengiriman merupakan jangka waktu pelanggan memesan produk hingga produk tersebut tiba di pelanggan. Estimasi tiba kedatangan biasanya menjadi patokan para pelanggan untuk mengetahui apakah perusahaan tersebut baik atau tidak

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan pada CV. Allegra Nusantara terdapat masalah dengan penjualan. Salah satunya adalah sering terjadi kekosongan stok barang yang *fast moving* yang menyebabkan tidak terpenuhinya semua pesanan dari pelanggan, tidak adanya metode persediaan yang digunakan dan jumlah minimum stok yang tidak ditetapkan membuat stok barang di gudang sering mengalami kekosongan.

TABEL KUANTITAS PENJUALAN DAN PERSEDIAAN BARANG  
JANUARI - JULI 2023

No	Nama Barang	Persediaan							Kuantitas Pesanan							Realisasi Pesanan						
		Jan	Feb	Maret	April	Mei	Jun	Juli	Jan	Feb	Maret	April	Mei	Jun	Juli	Jan	Feb	Maret	April	Mei	Jun	Juli
<b>Nivea</b>																						
1	Nivea Serum Super Vitamin	1583	1344	2133	689	0	4930	3620	236	498	1827	1323	3428	5529	5608	236	420	1441	689	0	4920	3613
2	Nivea HBL Repair 200ml	852	275	1240	910	1086	413	602	578	476	947	721	893	438	569	578	313	676	664	923	303	590
3	Nivea Rol Women Pearl 50 ml	1755	836	1940	800	1785	826	1723	910	870	1103	715	1194	1059	1885	922	701	1146	697	969	735	2091
4	Nivea Rol Man Silver Protec 50ml	1299	595	1168	496	727	569	995	775	585	615	576	1145	486	1407	717	504	672	492	1129	414	1368
5	Micelar Water Pearl White 125ml	30	21	180	129	48	66	182	32	240	83	123	23	158	175	30	21	83	123	23	66	175
<b>Casablanca</b>																						
1	Casablanca Spray 200ml Black	753	576	365	435	577	184	117	321	391	373	362	540	215	1017	321	355	365	3	540	183	117
2	Casablanca Spray 200ml White	1074	845	398	0	867	72	0	229	615	383	0	984	172	783	229	447	398	0	702	172	0
3	Casablanca Pomade Black 50gr	1018	1524	1659	981	1291	196	120	231	1182	369	0	1217	120	1977	214	585	969	74	1193	120	132
4	Cameña 104 125ml	921	785	495	0	493	279	0	514	552	369	54	345	329	498	376	483	290	0	345	279	0
5	Regazza Cologne 100ml Passionate	128	54	0	0	192	67	0	94	104	86	154	208	88	386	73	54	0	0	174	67	0

(Sumber: CV. Allegra Nusantara : 2023)

Berdasarkan diatas menunjukkan jumlah persediaan, kuantitas pesanan dan realisasi pesanan dari bulan Januari sampai dengan Juli 2023, Menunjukkan bahwa jumlah persediaan barang yang kurang menyebabkan jumlah kuantitas barang yang dikirim ke pelanggan tidak sesuai dengan jumlah kuantitas barang yang dipesan.

Masalah lain yang sering terjadi yaitu pengiriman barang yang terlambat membuat pelanggan seringkali menjadi kesal dan akhirnya membatalkan pesanan tersebut, pengiriman barang yang terlambat umumnya sering dirasakan oleh pelanggan yang berada di dalam kota Makassar atau daerah yang pengantaran barangnya dilakukan secara langsung ke toko oleh pihak CV. Allegra Nusantara.

Adanya masalah pada kantor CV. Allegra Makassar tersebut, penulis menjadi tertarik untuk melakukan penelitian terkait persediaan barang dan ketepatan pengiriman, diharapkan hasil penelitian tersebut nantinya dapat menjadi masukan kepada perusahaan dalam perbaikan sistem penjualan dan pemasaran sehingga judul dari penelitian ini ialah Pengaruh Persediaan Barang dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Volume Penjualan Pada CV. Allegra Nusantara Makassar.

## **2. TINJAUAN PUSTAKA**

### **2.1. Pemasaran**

Pemasaran merupakan usaha perusahaan untuk mempertahankan kelangsung hidup dan pertumbuhan hidupnya. Definisi pemasaran menurut Santon (2019: 1) menyatakan bahwa “Pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pembelian dan pembeli potensial”. Menurut Kotler dan Amstrong (2019:1) “Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain”.

### **2.2. Saluran Distribusi**

Menurut The American Marketing Associatio dalam Rifqi (2020: 35) bahwa “saluran distribusi merupakan suatu struktur unit organisasi dalam perusahaan dan luar Perusahaan yang terdiri atas agen, dealer, pedagang dan luar perusahaan yang terdiri dari agen, dealer, pedagang besar dan pengecer, melalui mana sebuah komoditi, produk atau jasa dipasarkan. Menurut Kotler dalam Rifqi (2020 : 63) “Saluran distribusi yaitu untuk menyalurkan produk dari perusahaan dapat memilih cara penyaluran barang/jasa baik secara langsung maupun tidak langsung mengharuskan Perusahaan untuk menjual produknya kepada konsumen akhir”.

### **2.3. Persediaan**

Pengertian persediaan yang dikemukakan oleh Kieso dalam Aulia (2020: 7) menyatakan bahwa “Persediaan adalah pos-pos aktiva yang dimiliki perusahaan untuk dijual kembali dalam operasi bisnis normal atau barang ang akan digunakan atau dikonsumsi dalam memproduksi barang yang akan dijual”. Pengertian persediaan yang dikemukakan oleh Kieso dalam Aulia (2020: 7) menyatakan bahwa “Persediaan adalah pos-pos aktiva yang dimiliki perusahaan untuk dijual kembali dalam operasi bisnis normal atau barang ang akan digunakan atau dikonsumsi dalam memproduksi barang yang akan dijual”.

### **2.4. Persediaan Barang Dagang**

Persediaan dalam Perusahaan dagang merupakan barang yang dibeli perusahaan untuk dijual kembali tanpa mengubah bentuk atau fisik barang yang dibeli dengan tujuan mendapatkan keuntungan. Selain itu persediaan menurut Mulya dalam Rosandi (2018:112) bahwa “Persediaan adalah aktiva yang tersedia untuk dijual dalam kegiatan usaha normal perusahaan, aktiva dalam proses produksi dan atau dalam perjalanan atau dalam bentuk bahan baku atau perlengkapan untuk digunakan dalam proses produksi atau pemberian jasa. Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa persediaan barang dagang merupakan barang-barang yang dibeli dengan tujuan dijual kembali kepada pelanggan untuk memperoleh keuntungan.

Menurut Ferawati dkk, (2020:38) indikator persediaan barang terdiri dari jumlah kebutuhan barang dan stok barang.

### **2.5. Ketepatan Waktu Pengiriman**

Ketepatan waktu pengiriman merupakan hal yang perlu diperhatikan oleh perusahaan. Menurut Aminah (2017:50) menyatakan bahwa “Ketepatan waktu merupakan kemampuan pemasok untuk mengirimkan tepat waktu dalam batc minim, lalu mulai mengevaluasi berdasarkan jarak antara pemasok dan perusahaan, kapasitas produksi mereka serta kemahiran historis pekerjaan untuk mengirimkan tepat waktu”. Definisi lain dikemukakan oleh Sakti (2018) bahwa “Waktu pengiriman merupakan jangka waktu pelanggan memesan produk hingga produk tersebut tiba di pelanggan. Estimasi tiba kedatangan biasanya menjadi patokan para pelanggan untuk mengetahui apakah layanan antar perusahaan tersebut baik atau tidak”.

Menurut Pujawan dalam Aminah (2017) terdapat tiga indikator ketepatan waktu pengiriman yaitu; transportasi yang digunakan, estimasi barang sampai ke penerima dan jarak yang ditempuh.

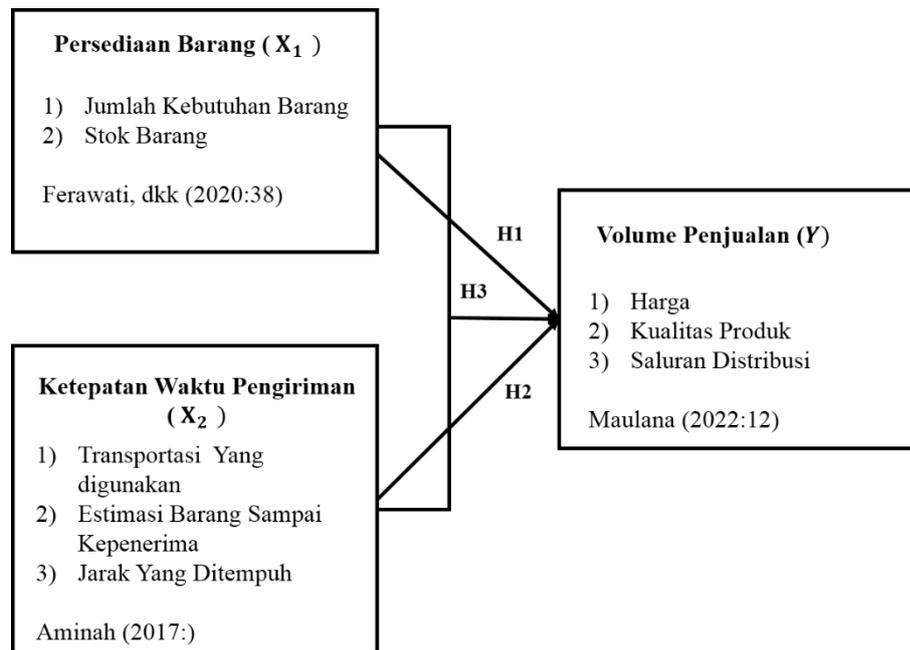
### **2.6. Volume Penjualan**

Volume penjualan merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan oleh perusahaan karena hal tersebut berhubungan langsung dengan pendapatan atau laba yang diperoleh. Swasta dalam Roky (2018: 39) menyatakan “Volume penjualan adalah jumlah unit yang terjual dari pihak produksi ke pihak konsumen dan tetap pada suatu periode tertentu”. Sedangkan menurut Sumartini dan Dini Fajriany (2019:113) menyatakan volume penjualan merupakan jumlah total yang dihasilkan dari kegiatan penjualan barang, semakin besar jumlah penjualan yang dihasilkan perusahaan, semakin besar kemungkinan laba yang dihasilkan perusahaan”.

Faktor - faktor dari volume penjualan menurut Kotler dan Keller dalam Maulana (2022:12), adalah harga, promosi, kualitas produk, saluran distribusi.

### **2.7. Kerangka Konseptual**

Kerangka konseptual penelitian untuk variabel persediaan barang dagang (X1) mengacu pada indikator jumlah 1) kebutuhan barang dan 2) stock barang, untuk variabel ketepatan waktu pengiriman (X2) mengacu pada indikator 1) Transportasi yang digunakan 2) Estimasi barang sampai ke penerima 3) Jarak yang ditempuh.



### 3. METODE PENELITIAN

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah tipe penelitian asosiatif dan deskriptif, dimana populasi penelitian adalah 406 pelanggan CV. Allegra Nusantara oleh karena itu teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan kerteria tertentu dengan menggunakan rumus slovin sehingga sampel yang didapatkan sebanyak 80 sampel. Teknik pengumpulan data terdiri dari study dokumentasi, kuesioner, dan wawancara dengan menggunakan skala pengukuran likert. Pada penelitian ini Teknik Analisa data menggunakan uji instrumen ( validitas dan realibilitas ), analisis statistika deskriptif, uji asumsi klasik ( uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas), analisis statistika inferensial yang terdiri analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis ( uji T, uji F, uji koefisien determinasi).

### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Hasil Uji Insturmen

Tabel 1 Uji Validitas

Variabel	Indikator	Item	Nilai	r table	Keterangan
			Koefisien Korelasi (r)		
Persediaan Barang	Jumlah Kebutuhan Barang	X1.1	0,775	0,2172	Valid
		X1.2	0,800	0,2172	Valid
	Stok Barang	X1.3	0,705	0,2172	Valid
		X1.4	0,535	0,2172	Valid
		X1.5	0,780	0,2172	Valid
		X1.6	0,430	0,2172	Valid
Ketepatan Waktu Pengiriman	Transportasi yang digunakan	X2.1	0,754	0,2172	Valid
		X2.2	0,781	0,2172	Valid
		X2.3	0,706	0,2172	Valid

	Estimasi Barang	X2.4	0,711	0,2172	Valid
	sampai ke	X2.5	0,546	0,2172	Valid
	penerima	X2.6	0,666	0,2172	Valid
	Jarak yang	X2.7	0,830	0,2172	Valid
	ditempuh	X2.8	0,787	0,2172	Valid
		X2.9	0,816	0,2172	Valid
Volume Penjualan	Harga	X2.1	0,833	0,2172	Valid
		X2.2	0,863	0,2172	Valid
		X2.3	0,831	0,2172	Valid
	Kualitas Produk	X2.4	0,827	0,2172	Valid
		X2.5	0,882	0,2172	Valid
		X2.6	0,864	0,2172	Valid
	Saluran Distribusi	X2.7	0,870	0,2172	Valid
		X2.8	0,900	0,2172	Valid
		X2.9	0,854	0,2172	Valid

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 1 , diketahui bahwa hasil uji validitas variabel persediaan barang, ketepatan waktu pengiriman dan volume penjualan untuk seluruh item pernyataan variabel memiliki nilai signifikan  $< 0,05$  yang berarti bahwa semua butir pernyataan tersebut dinyatakan valid.

### Uji Realibilitas

Uji Realibilitas yaitu menguji apakah kuesioner dinyatakan realibel. Suatu instrumen dikatakan realibel jika nilai *Cronbach's Alpha*  $> 0,60$ . Adapun hasil pengujian realibilitas untuk masing-masing variabel diperoleh data sebagai berikut :

**Tabel 2 Uji Realibilitas**

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Keterangan
Persediaan Barang	0,772	<i>Reliable</i>
Ketepatan Waktu Pengiriman	0,892	<i>Reliable</i>
Volume Penjualan	0,955	<i>Reliable</i>

Sumber : Olah Data, 2023

Tabel 2 Dapat dikatakan hasil uji realibilitas dari masing masing variabel. Diperoleh nilai *Cronbach's Alpha*  $> 0,60$  untuk masing masing variabel menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut dikatakan realibel.

## 4.2 Uji Asumsi Klasik

### Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas menggunakan uji *Kolmogrov-Smirnov* dimana jika nilai Sig.  $> 0,05$  artinya data berdistribusi normal. Sebaliknya jika nilai Sig.  $< 0,05$  artinya data tidak berdistribusi normal.

**Tabel 3 Uji Normalitas  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.00479805
Most Extreme Differences	Absolute	.080
	Positive	.080
	Negative	-.075
Kolmogorov-Smirnov Z		.714
Asymp. Sig. (2-tailed)		.688

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel 3 diatas menunjukkan nilai Sig. dari uji tersebut sebesar 0,688 nilai tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal.

### Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan menguji apakah model ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independent) . Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dalam model regresi dapat dilihat dari *Tolerance Value* atau *Variance Inflation Factor (VIF)*. VIF tidak lebih dari 10 dan nilai *tolerance* tidak kurang dari 0,1 maka model regresi dapat dikatakan bebas dari masalah multikolinearitas.

**Tabel 4 Uji Multikolinearitas  
Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Persediaan Barang	.616	1.623
	Ketepatan Waktu Pengiriman	.616	1.623

a. Dependent Variable: Volume Penjualan

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Tabel 4 menunjukkan hasil uji multikolinieritas , dari hasil uji dapat dilihat pada table bahwa nilai VIF  $1.623 < 10$  dan nilai Tolerance  $0,616 > 0,01$ . Berdasarkan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi pada penelitian ini.

### Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variasi dari residual suatu pengamatan. Pengujian menggunakan analisis Rank Spearman. Jika nilai

Sig. > 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas dan apabila nilai Sig. < 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas.

**Tabel 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

			<b>Correlations</b>			
			Persediaan n Barang	Ketepatan Waktu Pengiriman	Volume Penjualan	
Spearman's rho	Persediaan Barang	Correlation Coefficient	1.000	.626**	.595**	
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	
		N	80	80	80	
	Ketepatan Pengiriman	Waktu	Correlation Coefficient	.626**	1.000	.763**
			Sig. (2-tailed)	.000	.	.000
			N	80	80	80
	Volume Penjualan		Correlation Coefficient	.595**	.763**	1.000
			Sig. (2-tailed)	.000	.000	.
			N	80	80	80

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Tabel 5 menunjukkan hasil uji heteroskedastisitas dengan uji *Rank Spearman*. Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat pada nilai Sig (2-tiled) yang diperoleh nilai sebesar 0,595 untuk variabel persediaan dan 0,763 untuk variabel ketepatan waktu pengiriman nilai tersebut lebih besar dari nilai Sig. 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 4.3 Statistika Deskriptif

#### Persediaan Barang Dagang

**Tabel 6 Tanggapan Responden terhadap variabel persediaan barang dagang**

No	Indikator	Nilai Rata-Rata
1	Jumlah Kebutuhan Barang	2,87
2	Jumlah Stok Barang	3,02
Rata-rata keseluruhan		2,85

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Tabel 6 menunjukkan rekapitulasi tanggapan responden terhadap indikator persediaan barang. Nilai rata rata keseluruhan variabel persediaan barang adalah 2,85. Berada pada interval 2,50-3,24 dengan demikian dapat dikatakan bahwa variable persediaan barang

dapat diukur dengan dua indikator yaitu jumlah kebutuhan barang dan jumlah stok barang adalah sesuai.

### **Ketepatan Waktu Pengiriman**

**Tabel 7 Tanggapan Responden Terhadap Ketepatan Waktu Pengiriman**

No	Indikator	Nilai Rata-Rata
1	Transportasi yang digunakan	2,80
2	Estimasi barang sampai ke penerima	2,48
3	Jarak yang ditempuh	2,55
Rata-rata Keseluruhan		2,71

Sumber: Olah Data, 2023

Tabel 7 menunjukkan rekapitulasi tanggapan responden terhadap indikator Ketepatan Waktu Pengiriman. Nilai rata rata keseluruhan variabel ketepatan waktu pengiriman adalah 2,71. Berada pada interval 2,50-3,24 dengan demikian dapat dikatakan bahwa variable ketepatan waktu pengiriman dapat diukur dengan tiga indikator yaitu jumlah transportasi yang digunakan, estimasi barang sampai ke penerima, dan jarak yang ditempuh adalah sesuai.

### **Volume Penjualan**

**Tabel 8 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Volume Penjualan**

No	Indikator	Nilai Rata-Rata
1	Harga	2,60
2	Kualitas Produk	2,72
3	Saluran Distribusi	2,60
Rata-rata Keseluruhan		2,64

Sumber : Olah Data, 2023

Tabel 8 menunjukkan rekapitulasi tanggapan responden terhadap indikator Volume Penjualan. Nilai rata rata keseluruhan variabel volume penjualan adalah 2,64. Berada pada interval 2,50-3,24, dapat dilihat bahwa indikator kualitas produk memiliki nilai rata-rata yang paling tinggi diantara indikator lainnya yaitu sebesar 2,72. Berdasarkan uraian diatas dapat dikatakan bahwa variable volume penjualan dapat diukur dengan tiga indikator yaitu jumlah yaitu harga, kualitas produk dan saluran distribusi adalah tinggi.

#### **4.4 Analisis Regresi Linear Berganda**

Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh hubungan antara variabel persediaan barang dan ketepatan waktu terhadap variabel volume penjualan.

**Tabel 9 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
Model						
1	(Constant)	-7.482	3.018		-2.479	.015
	Persediaan Barang	.964	.107	.175	8.995	.001
	Ketepatan Waktu Pengiriman	.474	.215	.715	2.201	.031

a. Dependent Variable: Volume Penjualan

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan tabel 9 Diatas, diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut

$$Y = -7.482 + 0,964 X_1 + 0,474 X_2 + e$$

Dari persamaan diatas, dapat dilihat bahwa :

- Nilai Konstanta sebesar -7.482 menunjukkan nilai negatif artinya apabila persediaan barang dan ketepatan waktu tidak ada atau sama, demikian nilai volume penjualan juga akan semakin berkurang.
- Koefisien regresi variabel persediaan barang sebesar 0,964 menunjukkan nilai positif. Nilai tersebut dapat diartikan bahwa apabila persediaan barang meningkat sebesar satu satuan, maka tingkat volume penjualan akan meningkat sebesar 0,964. Nilai positif menunjukkan bahwa persediaan barang berpengaruh positif terhadap volume penjualan.
- Nilai koefisien regresi variabel ketepatan waktu pengiriman sebesar 0,474 yang berarti apabila nilai ketepatan waktu meningkat sebesar satu satuan dan variabel lain tetap maka tingkat volume penjualan akan meningkat sebesar 0,474.

#### 4.5 Uji Hipotesis

##### Uji T

Uji T bertujuan untuk mengetahui pengaruh persediaan barang dan ketepatan waktu pengiriman terhadap volume penjualan secara parsial. kriteria pengujian uji T ialah jika thitung  $\geq$  ttabel dan nilai Sig.  $< 0,05$  maka, hipotesis penelitian diterima. Artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Jika thitung  $>$  ttabel (0,05) maka H0 ditolak dan H1 diterima berarti ada hubungan signifikan. Jika thitung  $<$  ttabel (0,05) maka H0 diterima dan H1 ditolak berarti tidak ada hubungan signifikan.

**Tabel 10 Hasil Uji T Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.605	2.099		-1.241	.218
	Persediaan Barang	1.110	.086	.175	12.833	.001

a. Dependent Variable: Volume Penjualan

Model			Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
			B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)		-5.723	4.285		-1.336	.186
	Ketepatan pengiriman	waktu	1.673	.240	.619	6.961	.001

a. Dependent Variable: Volume Penjualan

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

- a) Pengujian hipotesis pengaruh persediaan barang terhadap volume penjualan CV. Allegra Nusantara dapat dilihat pada tabel nilai t hitung sebesar  $12.833 > t$  tabel ( $t$  tabel =  $t(\alpha/2; n-k-1 = t(0,05/2; 80-2-1) = 1,99125$ ) dan nilai sig sebesar  $0.001 < 0,05$  maka H1 diterima artinya persediaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan
- b) Pengujian hipotesis variabel ketepatan waktu pengiriman terhadap volume penjualan. dapat dilihat pada tabel nilai t hitung sebesar  $6.961 > t$  tabel ( $t$  tabel =  $t(\alpha/2; n-k-1 = t(0,05/2; 80-2-1) = 1,99125$ ) dan nilai sig sebesar  $0.001 < 0,05$  maka H2 diterima artinya ketepatan waktu pengiriman secara parsial berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan CV. Allegra Nusantara

### Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh persediaan barang dan ketepatan waktu pengiriman secara simultan terhadap volume penjualan CV. Allegra Nusantara. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel} (0,05)$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, berarti ada hubungan signifikan. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel} (0,05)$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak berarti tidak ada hubungan signifikan.

**Tabel 11 Hasil Uji F**ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2945.453	2	1472.727	89.500	.001 <sup>a</sup>
	Residual	1267.034	77	16.455		
	Total	4212.487	79			

a. Predictors: (Constant), Ketepatan Waktu Pengiriman, Persediaan Barang

a. Dependent Variable: Volume Penjualan

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan hasil pengujian diatas dapat diketahui bahwa nilai F hitung > F tabel yaitu sebesar  $89,500 > 3,11$  dan nilai Sig  $0,001 < 0,05$  , maka hipotesis penelitian H3 diterima. Artinya persediaan barang dan ketepatan waktu pengiriman secara simultan berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan CV. Allegra Nusantara.

#### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur presentase pengaruh persediaan dan ketepatan waktu pengiriman terhadap volume penjualan CV. Allegra Nusantara

**Tabel 12 Hasil Uji Koefisien Determinasi**Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.836 <sup>a</sup>	.699	.691	4.05648

a. Predictors: (Constant), Ketepatan Waktu Pengiriman, Persediaan Barang

a. Dependent Variable: Volume Penjualan

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Tabel 4. 24 Menunjukkan hasil uji Koefisien determinasi, jika dilakukan pengujian secara bersama sama antara dua variabel bebas dan satu variabel terikat. Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai R *Square* sebesar 0,699. Hal ini berarti besarnya kontribusi variabel persediaan barang dan ketepatan waktu pengiriman ialah sebesar 69,9% sedangkan sisanya sebesar  $(100\% - 69,9\% = 30,1\%)$  berasal dari variabel lain diluar penelitian ini .

#### 4.6 Pembahasan

##### Persepsi pelanggan terhadap persediaan barang CV. Allegra Nusantara

Berdasarkan Analisa deskriptif, diketahui bahwa variabel persediaan barang yang diukur dengan dua indikator yaitu jumlah kebutuhan barang dan stok barang. Dengan nilai rata-rata 2,85 dimana nilai rata-rata variabel persediaan barang berada dalam kategori sesuai. Hal ini berarti persepsi pelanggan terhadap persediaan barang pada CV. Allegra dapat

dikategorikan sesuai. Artinya jumlah kebutuhan barang dan stok barang dapat di penuhi oleh CV. Allegra Nusantara tetapi belum seluruhnya dapat terpenuhi.

Indikator yang memiliki nilai rata-rata tertinggi yaitu pada indikator stok barang yang berada pada kategori sesuai dengan nilai rata rata sebesar 3,02. Sedangkan untuk indikator jumlah kebutuhan barang memiliki nilai rata rata terendah walaupun termasuk dalam kategori sesuai, yaitu sebesar 2,87 .

### **Persepsi pelanggan terhadap ketepatan waktu pengiriman pada CV. Allegra Nusantara**

Variable ketepatan waktu pengiriman dapat diukur melalui 3 indikator, yaitu transportasi yang digunakan, estimasi barang yang sampai ke penerima, dan jarak yang ditempuh. Dengan nilai rata rata sebesar 2,71. Nilai tersebut berada pada interval 2,50 – 3,24 artinya ketepatan waktu pengiriman dapat dikategorikan sesuai artinya persepsi pelanggan terhadap ketepatan waktu pengiriman CV. Allegra Nusantara berdasarkan transportasi yang digunakan, estimasi barang sampai ke penerima dan jarak yang ditempuh adalah tepat waktu.

Indikator dengan nilai rata-rata tertinggi ialah transportasi yang digunakan yaitu sebesar 2,80 yang termasuk dalam kategori sesuai. Sedangkan indikator yang memiliki nilai rata-rata terendah ialah estimasi barang sampai ke penerima. Indikator tersebut memiliki nilai rata-rata sebesar 2,48.

### **Persepsi pelanggan terhadap volume penjualan pada CV. Allegra Nusantara**

Variable volume penjualan yang diukur melalui 3 indikator yaitu harga, kualitas produk dan saluran distribusi dengan nilai rata rata sebesar 2,64 . Nilai tersebut berada pada interval 2,50 – 3,24 artinya volume penjualan pada CV. Allegra Nusantara dapat dikategorikan tinggi.

Indikator dengan nilai rata-rata tertinggi ialah indikator kualitas produk yaitu sebesar 2,72 yang termasuk dalam kategori tinggi. Sedangkan indikator yang memiliki nilai rata-rata rendah yaitu harga dan saluran distribusi yang sama sama memiliki nilai rata-rata 2,60

### **Pengaruh Persediaan barang Terhadap Volume Penjualan pada CV. Allegra Nusantara**

Persediaan barang berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan pada CV. Allegra Nusantara. Hal tersebut ditunjukkan dari hasil uji analisis regresi linear berganda yang menunjukkan nilai koefisien regresi variable persediaan ialah 0,964 dan hasil uji t dimana nilai t hitung sebesar  $12.833 > \text{tabel } (t \text{ tabel} = t(\alpha/2; n-k-1 = t(0,05/2; 80-2-1) = 1,99125)$  dan nilai sig sebesar  $0.001 < 0,05$  . sedangkan hasil uji koefisien determinasi variabel persediaan dengan *R Square* sebesar 0,680 atau 68% dengan demikian variable persediaan barang secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan.

### **Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman terhadap Volume Penjualan pada CV. Allegra Nusantara**

Pengaruh ketepatan waktu pengiriman CV. Allegra Nusantara adalah berpengaruh positif dan signifikan, hal ini dibuktikan dengan hasil uji regresi linear berganda yang menunjukkan nilai koefisien regresi variable ketepatan waktu pengiriman adalah sebesar 0,474 dan hasil uji t hitung  $6,961 > t$  tabel ( $t$  tabel =  $t(\alpha/2; n-k-1) = t(0,05/2; 80-2-1) = 1,99125$ ) dan nilai sig sebesar  $0,001 < 0,05$ . Sedangkan nilai *R Square* hasil uji koefisien determinasi sebesar 0,383 atau besar kontribusi sebesar 383%. Dengan demikian variable ketepatan waktu secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan CV. Allegra Nusantara.

### **Pengaruh Persediaan Barang dan Ketepatan Waktu Pengiriman terhadap Volume Penjualan pada CV. Allegra Nusantara**

Persediaan barang dan ketepatan waktu pengiriman berpengaruh secara signifikan terhadap volume penjualan pada CV. Allegra Nusantara. Hal tersebut ditunjukkan dari hasil uji F, dimana F hitung sebesar 89,500 lebih besar dari F table sebesar 3, 11 dan nilai signifikan 0,01 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian persediaan barang dagang dan ketepatan waktu pengiriman secara simultan berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan pada CV. Allegra Nusantara.

Allegra Nusantara.

Adapun besar kontribusi variable persediaan terhadap terhadap volume penjualan dapat dilihat dari hasil pengujian koefisien determinasi (*R Square*) yaitu sebesar 68% berdasarkan hasil tersebut disimpulkan bahwa persediaan barang dagang memberikan kontribusi sebesar 68% terhadap volume penjualan secara simultan. Sedangkan sisanya sebesar 32% berasal dari variabel lain yang diteliti. Sedangkan kontribusi variabel pengiriman penjualan terhadap volume penjualan dengan hasil pengujian koefisien determinasi (*R Square*) yaitu sebesar 38,3% sedangkan sisanya sebesar 61,7% berasal dari variabel diluar penelitian.

## **5. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

### **Simpulan**

Berdasarkan hasil dan pembahasan dari penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Persepsi pelanggan terhadap persediaan barang dagang pada CV. Allegra Nusantara adalah sesuai dimana Persediaan barang diukur dengan 2 indikator yaitu jumlah kebutuhan barang dan stok barang. Indikator tertinggi pada persediaan barang yaitu indikator stok barang sedangkan indikator terendah yaitu jumlah kebutuhan barang.
- 2) Persepsi pelanggan terhadap ketepatan waktu pengiriman pada CV. Allegra Nusantara adalah sesuai. Ketepatan waktu pengiriman yang diukur melalui 3 indikator, yaitu transportasi yang digunakan, estimasi barang sampai ke penerima, dan jarak yang ditempuh. Indikator yang tertinggi pada variable ketepatan waktu pengiriman yaitu transportasi yang digunakan sedangkan indikator yang memiliki nilai rata-rata terendah adalah estimasi barang ke penerima.
- 3) Persepsi pelanggan terhadap Volume penjualan pada CV. Allegra Nusantara adalah tinggi yang diukur dengan 3 indikator, yaitu harga, kualitas barang, dan saluran

distribusi. Indikator tertinggi pada variabel volume penjualan adalah kualitas barang sedangkan indikator yang memiliki nilai rata-rata terendah adalah harga dan kualitas barang. Diperoleh persepsi pelanggan terhadap volume penjualan pada CV. Allegra Nusantara adalah tinggi.

- 4) Persediaan barang dagang secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan pada CV. Allegra Nusantara. Dengan demikian dapat diartikan bahwa semakin sesuai persediaan barang maka semakin sesuai pula volume penjualan
- 5) Ketepatan waktu pengiriman secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan pada CV. Allegra Nusantara, demikian dapat diartikan bahwa semakin sesuai ketepatan pengiriman maka semakin sesuai pula volume penjualan
- 6) Persediaan barang dan ketepatan waktu pengiriman secara simultan berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan pada CV. Allegra Nusantara.

### **Rekomendasi**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan penulis dapat memberikan rekomendasi sebagai berikut:

- 1) CV. Allegra Nusantara diharapkan dapat memperbaiki indikator jumlah kebutuhan barang terutama dalam segi kesesuaian kuantitas barang yang dipesan pelanggan dengan yang dikirimkan, yaitu dengan melengkapi item barang dan memperhatikan ketersediaan item barang yang selalu ada di gudang sehingga ketika terdapat permintaan secara tiba-tiba dapat terpenuhi. Selain itu perlu adanya penetapan jumlah minimum stok barang dan melakukan pemesanan jika sudah mencapai jumlah minimum stok sehingga tidak terjadi kekosongan barang dari pihak supplier apalagi jika supplier terlambat mengirimkan barang.
- 2) CV. Allegra Nusantara sebaiknya memperbaiki indikator estimasi barang sampai ke penerima sesuai harapan pelanggan, yaitu dengan memberikan estimasi waktu pengiriman ke pada pelanggan dengan memperhatikan ketentuan buruk yang akan terjadi mulai dari pemesanan sampai pengiriman, dan menginformasikan kepada pelanggan jika barang tersebut melewati estimasi waktu yang diberikan sehingga dapat memenuhi harapan pelanggan dalam ketepatan waktu
- 3) Untuk meningkatkan volume penjualan, CV. Allegra Nusantara diharapkan dapat memperbaiki indikator harga dan saluran distribusi pada CV. Allegra Nusantara. Seperti dengan memberikan potongan harga atau diskon kepada pelanggan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Orang Tua, Direktur Politeknik Negeri Ujung Pandang, dosen dan staf terutama Jurusan Administrasi Niaga, responden dan semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian kegiatan penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aminah, Rafani, Y., & Hariyani. (2017). Analisis Pengaruh Faktor Ketepatan Waktu Pengiriman Barang Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pt Jalur Nugraha Ekakurir (Jne) Pangkalpinang). *Jurnal Ilmiah Progresif Manajemen Bisnis* (Jipmb), 49-51. (Diakses Juni 2023)
- Apriansyah, Roki. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Volume Penjualan pada PT. Prioritas Rengat. *Jurnal Manajemen dan Bisnis* VII (2) 37-45. ([https://www.researchgate.net/publication/334969281\\_PENGARUH\\_KUALITAS\\_PELAYANAN\\_DAN\\_PROMOSI\\_TERHADAP\\_VOLUME\\_PENJUALAN\\_PADA\\_PT\\_PRIORITAS\\_RENGAT](https://www.researchgate.net/publication/334969281_PENGARUH_KUALITAS_PELAYANAN_DAN_PROMOSI_TERHADAP_VOLUME_PENJUALAN_PADA_PT_PRIORITAS_RENGAT). Diakses 1 Juni 2023)
- Charles Victor B. Saragih. (2013). Pengaruh Kualitas Produk, Ketersediaan Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lulur Mandi Sumber Ayu Di Jakarta. *Jurnal Ilmiah Manajemen* 53(9):1689–99. (<https://doaj.org/article/c92692df6d7b40639bc5f87dafd13032>. Diakses 1 Juni 2023)
- Ferawati, dkk. (2020). Analisis Pengaruh Persediaan Barang dan Penjualan Terhadap Laba Perusahaan. *Jurnal Cafeteria* 1(2), 33-44. (<https://www.neliti.com/publications/332605/analisis-pengaruh-persediaan-barang-dan-penjualan-terhadap-laba-perusahaan-studi>. Diakses 1 Juni 2023)
- Grubor (2016). Pengaruh ketersediaan produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Perumahan Ciujung River Park Serang, Banten). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 3(02), 205–215. (<https://publikasi.mercubuana.ac.id/index.php>. Diakses 18 Juni 2023)
- Harahap, Diana Sari. (2020). Pengaruh Faktor-Faktor Saluran Distribusi Terhadap Penjualan Produk Pada PT. Karya Utama Jaya Padang Sidempuan. *Jurnal LPPM UGN* 11(2) 11-22. ( <https://jurnal.ugn.ac.id/index.php/jurnalLPPM/article/view/575>. Diakses 28 Juni 2023)
- Hafizah, Salma. Dkk. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Tarif Pengiriman, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express (Studi Kasus Pada Pelanggan J&T Express Cabang Sumbawa Besar). *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 2(1). (<https://media.neliti.com/media/publications/407331-pengaruh-kualitas-pelayanan-ketepatan-wa-57e8ab87.pdf>. Diakses 30 Juli 2023)
- Kotler, Phillip dan Gary Armstrong. (2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lisnasari, Nova dkk. (2016). Analisis Pengaruh Faktor Ketepatan Waktu Dan Tarif Pengiriman Barang Atau Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada PT Kerta Gaya Pusaka). *Jurnal Ilmiah P Rogresif Manajemen Bisnis*. 13 (2). (STIE-IBEK Bangka Belitung : Pangkal Pinang). (<https://www.scribd.com/document/559454260/J-T-PROPOSAL-1>. Diakses Juli 2023)

- Maulana, M Yusuf. (2022). Pengaruh Harga Jual dan Kualitas Produk Terhadap Volume Penjualan Ayam Potong di Pasa Bangetayu. Skripsi. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Semarang.
- Nggau, Deni Armandi. (2020). Pengaruh Ketersediaan Produk Dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Keputusan Pembelian Di Pt.Kartika Putra Mandiri. Undergraduate thesis. Maroso: Universitas Sintuwu Maroso. (<https://repository.unsimar.ac.id/939/>. Diakses 7 Juni 2023)
- Nurlaelah. (2022). Pengaruh Persediaan Barang Dagang Terhadap Penjualan Pada PT. Info Optima Komputasi Tangerang. *Jurnal Studia Akuntansi dan Bisnis* 10(1) 39-50. ([https://www.researchgate.net/publication/366637238\\_PENGARUH\\_PERSEDIAAN\\_BARANG\\_DAGANG\\_TERHADAP\\_PENJUALAN\\_PADA\\_PT\\_INFO\\_OPTIMA\\_KOMPUTASI\\_TANGERANG](https://www.researchgate.net/publication/366637238_PENGARUH_PERSEDIAAN_BARANG_DAGANG_TERHADAP_PENJUALAN_PADA_PT_INFO_OPTIMA_KOMPUTASI_TANGERANG). Diakses 10 Juni 2023)
- Putra, Suria Alamsyah. (2019). Analisa Peramalan Penjualan dan Promosi Penjualan Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada PT. Cakra Anugerah Aeta Alumindo Medan. *Jurnal Ilmiah Jumansi Stindo* 1(3) (<http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?>. Diakses 1 Juni 2023)
- R. Aulia.( 2020). Analisis akuntansi persediaan dan pengaruhnya terhadap laba perusahaan sesuai dengan PSAK No.14 Pada CV. Rizky. Skripsi. Medan: Universitas Dharmawangsa ([http://repository.dharmawangsa.ac.id/294/6/BAB%20II\\_15510088.pdf](http://repository.dharmawangsa.ac.id/294/6/BAB%20II_15510088.pdf) diakses 1juli 2023)
- Royan, Frans M. (2010). *Distributorship Management*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Sakti, Brilan Jaya. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Ketepatan Waktu Pengiriman dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan J&T Express Kota Semarang). Thesis. Semarang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro ([http://eprints.undip.ac.id/65979/1/14\\_SAKTI.pdf](http://eprints.undip.ac.id/65979/1/14_SAKTI.pdf). Diakses 18 Juni 2023)
- Situmorang, Irvan Rolyesh. dkk. (2022). Pengaruh Personal Selling dan Ketersediaan Produk Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Kurniaputra Mandiri Cabang Siak. *Jurnal Senashtek* 552-561. (<https://journals.stimsukmamedan.ac.id/index.php/senashtek>. Diakses 28 Juni 2023)
- Sugiarto, Dergibson Siagian. (2006). *Metode Statistika untuk bisnis dan ekonomi*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sumartini, Lilis Cucu & Dini Fajriany Ardini Tias. (2019). Analisis Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Kedai Kopi Kala Senja. *Jurnal Ekonomi Bisnis* 312(124).(<https://www.semanticscholar.org/paper/ANALISIS-KEPUASAN-KONSUMEN-UNTUK-MENINGKATKAN-KEDAI-Sumartini-Tias/7f6fbddd6340ed4e6ef6c69aa5ff1f9a1d4ae449>. Diakses 1 Juni 2023)
- Sutejo, Bambang.dkk. (2023). Peningkatan Volume Penjualan: Dilihat Dari Sisis Persediaan Dan Kualitas Produk. *Jurnal Niaga* 12 (1), 52-55. (<https://jurnal.unimed.ac.id/2012/index.php/niagawan/article/view>. Diakses 10 Juli 2023)