

**Pengaruh Harga, Kelengkapan Produk Dan Kualitas Pelayanan  
Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Berbelanja Di Toko  
Kautsar Lowayu Dukun Gresik**

**Nur Farida<sup>(1)</sup>, Susilo Aji<sup>(2)</sup>, A. Junaidi Musthofa<sup>(3)</sup>**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi NU Trate Gresik

Jl.KH.Abdul Karim No.60 Gresik

Email; <sup>(1)</sup> [nurfaridamanajemen@gmail.com](mailto:nurfaridamanajemen@gmail.com) <sup>(2)</sup> [susiloaji527@gmail.com](mailto:susiloaji527@gmail.com) <sup>(3)</sup> [aimusthofa@gmail.com](mailto:aimusthofa@gmail.com)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kelengkapan produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di toko Kautsar Lowayu Dukun Gresik. Metode yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan angket. Dimana data yang sudah diperoleh dianalisis dan diolah menggunakan progam SPSS 16.0. Dari hasil analisis uji t masing-masing variabel independen, nilai t hitung X1 sebesar 2.472 dan nilai t hitung X2 sebesar 2.893 dan nilai t hitung X3 sebesar 7.432, dengan demikian t hitung dari masing-masing variabel lebih besar dari t tabel sebesar 1.968, maka dapat disimpulkan secara parsial ada pengaruh positif dan signifikan dari masing-masing variabel independen (harga, kelengkapan produk, dan kualitas pelayanan) terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen) di toko Kautsar. Dan dari uji f secara bersama-sama diperoleh f hitung sebesar 68.490 sedangkan nilai f tabel sebesar 2.638, maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan ada pengaruh yang positif dan signifikan antara harga, kelengkapan produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di toko Kautsar.

**Kata kunci:** *Harga, kelengkapan produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen.*

**ABSTRACT**

*This research aims to know the influence of price, the completeness of the product, and the quality of service of costumer satisfaction in the Kautsar shop at Lowayu Dukun Gresik. The methods used are interviews, observation, and question form. Where the data already acquired and analyzed using SPSS 16.0 program. From the result of the each independen variable, the value T calculate X1 of 2.472 and value t calculate the X2 of 2.893 and T calculate X3 of 7.432, thus T count of each variable is greater than T table of 1.968, then can be inferred partially there is a significant and positive influence of each variable. Then it can be inferred partially positive and significant influence exists between each of the dependent variable independent of the variable. And from the test F jointly acquired of could of 68.490 while the value of 2.638 table F, then it can be concluded that simultaneosly there is a positive and significant infuence of place, the completeness of the product, and the quality of service of concumer satisfaction in Kautsar store Lowayu Dukun Gresik.*

**Keywords:** Price, Product Completeness, Quality of service, And Customer Satisfaction.

**PENDAHULUAN**

Keadaan dunia usaha yang berubah seiring dengan perubahan selera konsumen dan perubahan yang terjadi pada lingkungan sekitarnya serta kebutuhan konsumen yang terus meningkat dapat menjadi peluang bisnis bagi para pelaku bisnis. Karena itu, banyak peritel besar mengamati perkembangan globalisasi, khususnya perkembangan yang berpengaruh pada kebutuhan masyarakat. Perusahaan yang bergerak dibidang ritel selalu berusaha memikat hati konsumennya dengan memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen melalui produk yang berkualitas, kelengkapan produk, harga bersaing, kenyamanan berbelanja maupun pelayanan yang ditawarkan perusahaan ritel.

Toko Kautsar adalah salah satu toko ritel yang berada di desa Lowayu, yang dituntut untuk mampu menciptakan kepuasan bagi konsumen. Hal ini cukup berat untuk dilaksanakan karena pemilik harus memahami hal-hal yang menjadi keinginan konsumen agar

memuaskan. Disamping itu, mereka harus menghadapi persaingan dengan para pesaingnya yang ingin merebut konsumen dan menguasai pangsa pasar. Agar dapat memuaskan konsumen yang berbelanja di swalayannya maka pihak Toko Kautsar diharapkan mampu mengetahui dan mempelajari berbagai faktor yang dapat menciptakan kepuasan konsumen.

Berikut data transaksi penjualan pada Toko Kautsar yang beralamat di Desa Lowayu Dukun Gresik periode 2015-2016 akan disajikan pada tabel 1.1

**Tabel 1. Jumlah Transaksi penjualan  
Toko Kautsar periode 2015-2016**

Bulan	2020	2021
Januari	811	799
Februari	812	806
Maret	802	782
April	789	692
Mei	816	661
Juni	792	694
Juli	826	622
Agustus	660	619
<b>Jumlah</b>	<b>6.308</b>	<b>5.675</b>

Sumber: Toko Kautsar Lowayu

Berdasarkan Tabel 1. data transaksi penjualan yang terjadi pada Toko Kautsar dapat dilihat bahwa terjadi penurunan. Di tahun 2015 jumlah transaksi selama bulan januari-agustus mencapai 6.308 kali transaksi, sedangkan di tahun 2016 hanya mencapai 5.675 kali transaksi atau mengalami penurunan sebanyak 633 transaksi. Penurunan penjualan Toko Kautsar Lowayu dapat disebabkan karena ketidakpuasan konsumen. Ketidakpuasan tersebut terjadi karena ketidaksesuaian antara harapan konsumen dengan apa yang mereka dapatkan. Semakin terpenuhi harapan konsumen, tentu konsumen akan semakin puas atas atribut suatu ritel. Jika konsumen merasa puas, maka ia akan melakukan pembelian ulang.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Amalina Yulita (2014) mengenai Analisis pengaruh Retail Mix terhadap kepuasan konsumen di Swalayan Menara Yogyakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kelengkapan produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Sementara penelitian yang dilakukan oleh Wahyu Nur Prabowo (2015) yang berjudul Pengaruh harga, promosi, lokasi, kelengkapan produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, Menunjukan hasil bahwa kelengkapan produk berpengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan uraian dari permasalahan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian

dengan judul, "Pengaruh harga, kelengkapan produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam berbelanja di Toko Kautsar Lowayu Dukun Gresik".

## TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Walker, et al, dalam Fuad (2013:8-9). Kepuasan konsumen dapat didefinisikan sebagai suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi. Secara umum, kepuasan konsumen dapat dikatakan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang dari perbandingan antara produk yang dibeli sesuai atau tidak dengan harapannya.

Kepuasan konsumen adalah bagian dari pemasaran dan memainkan peran penting didalam pasar. Dalam setiap perusahaan, kepuasan konsumen adalah hal yang paling penting, karena jika konsumen merasa puas dengan pelayanan atau produk itu, maka posisi produk atau jasa itu akan baik di pasar. Apa yang diharapkan dan diinginkan oleh konsumen merupakan faktor utama yang harus dipertimbangkan oleh perusahaan dalam menyusun rencana kebijakan bagian pemasaran yang akan dilakukan oleh perusahaan. Menurut Kottler (2009) kepuasan adalah jumlah atribut dari produk atau jasa.

Ada perbedaan antara kepuasan konsumen barang dan jasa. Perbedaan antara barang berwujud dan tidak berwujud menjadi berbagai faktor kepuasan konsumen, dan itulah sebabnya mereka harus diperlakukan terpisah dan berbeda. Terdapat enam elemen evaluasi kepuasan konsumen, yaitu:

1. *Product*, yaitu bagaimana konsumen merasa puas terhadap fisik produk.
2. *Sales*, yaitu pelayanan penjualan yang dilakukan oleh perusahaan.
3. *After sales services*, yaitu pelayanan yang diberikan kepada konsumen setelah terjadi transaksi jual beli.
4. *Location*, yaitu lokasi distribusi suatu barang dan jasa yang mempengaruhi kepuasan konsumen.
5. *Culture*, yaitu budaya atau tradisi konsumen yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen akan nilai suatu produk.
6. *Time*, yaitu pengaruh waktu terhadap kualitas barang dan jasa.

## HARGA

Harga merupakan salah satu faktor penentu pembeli dalam menentukan suatu keputusan pembelian terhadap suatu produk maupun jasa. Menurut Tjiptono dalam Putri (2013:36). Harga merupakan sesuatu yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang maupun jasa. Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang atau jasa lainnya) yang ditukar agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atau suatu barang atau jasa. Pengusaha perlu untuk memperhatikan harga, karena dalam persaingan usaha, harga yang ditawarkan oleh pesaing bisa lebih rendah dengan kualitas yang sama atau bahkan dengan kualitas yang lebih baik.

Menurut Tjiptono dalam Adi (2012:28) Harga itu bersifat fleksibel, artinya disesuaikan dengan cepat. Dari empat unsur bauran pemasaran tradisional, harga adalah elemen yang paling mudah diubah dan diadaptasikan dengan dinamika pasar. Ini terlihat jelas dari persaingan harga ('perang diskon') yang kerap terjadi dalam industri ritel.

Menurut Tjiptono dalam Adi (2012:28) Harga memainkan peranan penting bagi perekonomian secara makro, konsumen, dan perusahaan.

1. Bagi perekonomian.  
Harga merupakan regulator dasar dalam sistem perekonomian karen harga berpengaruh terhadap alokasi faktor – faktor produksi seperti tenaga kerja, tanah, modal, dan kewirausahaan.
2. Bagi konsumen.  
Dalam penjualan ritel, ada segmen pembeli yang sangat sensitif terhadap faktor harga (menjadikan harga sebagai satu-satunya pertimbangan membeli produk) dan ada pula yang tidak.
3. Bagi Perusahaan.  
Dibandingkan dengan bauran pemasaran lainnya (produk, distribusi dan promosi) yang membutuhkan pengeluaran dana dalam jumlah besar, harga merupakan satu – satunya elemen bauran pemasaran yang mendatangkan pendapatan. Harga menjadi sangat penting, karena akan berpengaruh luas pada perusahaan. Pengaruh yang dapat ditimbulkannya, adalah:
  - a. Harga merupakan penentu bagi permintaan pasar.
  - b. Harga dapat mempengaruhi posisi persaingan perusahaan

- dan mempengaruhi market sharenya.
- Harga akan memberikan hasil maksimal dengan menciptakan sejumlah pendapatan dan keuntungan bersih.
  - Harga barang juga dapat mempengaruhi program pemasaran perusahaan.

### KELENGKAPAN PRODUK

Menurut Ma'ruf dalam Prabowo (2015) Kelengkapan produk adalah kegiatan pengadaan barang-barang yang sesuai dengan bisnis yang dijalani toko (produk berbasis makanan, pakaian, barang kebutuhan rumah, produk umum, dan lain-lain atau kombinasi) untuk di sediakan dalam toko pada jumlah, waktu, dan harga yang sesuai untuk mencapai sasaran toko atau perusahaan ritel. Produk di beli oleh konsumen karena dapat memenuhi kebutuhan tertentu atau memberi manfaat tertentu, karakteristik produk tidak hanya meliputi aspek fisik produk (*tangible features*), tetapi juga aspek non fisik (*intangible features*) seperti citra dan jasa yang dapat di lihat. Dalam hal ini kelengkapan produk dapat di lihat dari kategori produk yang tersedia di suatu perusahaan retail atau swalayan, di mana pemasar membagi produk berdasarkan proses pembelian dan penggunaannya, menjadi produk konsumsi dan produk industri

#### 1. Produk Konsumsi (*Consumption product*)

Produk konsumsi merupakan barang atau jasa yang dikonsumsikan oleh rumah tangga atau *individual*. Produk yang dibeli konsumen akan langsung dikonsumsi sendiri. Produk itu tidak akan digunakan sebagai

bahan baku produksi barang lain atau dijual kembali.

#### 2. Produk industri

Produk industri adalah produk yang di pakai perusahaan untuk operasional menghasilkan barang atau jasa. Produk *industry* dapat di bagi menjadi beberapa kategori seperti produk instalasi, peralatan rumah tangga, persediaan, pelayanan, bahan mentah, komponen dan lain-lain.

#### 3. Faktor-faktor yang dipertimbangkan oleh suatu toko dalam memilih produk yang dijualnya yaitu:

- Variety*, kelengkapan produk yang di jual dapat mempengaruhi pertimbangan konsumen dalam memilih suatu toko.
- Width or Breath*, tersedianya produk-produk pelengkap dari produk utama yang ditawarkan. Contohnya pada toko roti selain menyediakan roti juga menyediakan berbagai macam minuman.
- Depth*, merupakan macam dan jenis karakteristik dari suatu produk.
- Consistency*, produk yang sudah sesuai dengan keinginan konsumen harus tetap dijaga keberadaannya dengan cara menjaga kelengkapan, kualitas dan harga dari produk yang dijual.
- Balance*, berkaitan erat dengan usaha untuk menyesuaikan jenis dan macam-macam.

### KUALITAS PELAYANAN

Kualitas adalah suatu keseluruhan ciri dan karakteristik yang dimiliki suatu produk dan jasa yang dapat memberikan kepuasan pada penggunanya (Yulianto dalam Prabowo

2015). Pasar merupakan suatu usaha untuk memenuhi kebutuhan dengan memberikan kualitas pelayanan yang sebaik mungkin terhadap apa yang diperlukan konsumen, dengan adanya kualitas pelayanan yang baik, maka konsumen akan memperoleh barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhannya.

Kualitas pelayanan yang baik sangat penting dalam usaha swalayan sehingga konsumen akan menyukai pelayanan yang diberikan oleh pasar swalayan tersebut dan pada akhirnya konsumen akan datang kembali untuk melakukan pembelian ulang.

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang akan dipakai juga oleh peneliti adalah jenis penelitian kuantitatif. Menurut Sugiono (2012:23) dikatakan metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistic.

### Jenis dan Sumber Data

#### 1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2012; 129), data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. yaitu dengan cara menyebarkan kuisioner kepada responden, data primer pada penelitian ini adalah berupa tanggapan konsumen dari hasil penyebaran kuisioner kepada responden dimana responden yang di maksud yaitu Konsumen Toko Kautsar.

#### 2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2012; 129), data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan

data kepada pengumpul data (*sudah diolah*). Sumber data penelitian ini di peroleh dari pihak Toko Kautsar

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengambilan data yaitu:

1. Kuisioner, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan beberapa pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk kemudian dijawabnya. Sugiyono (2012:142). Dalam penelitian ini teknik pengambilan data berupa kuisioner akan menghasilkan data identitas responden dan data kepuasan Konsumen Toko Kautsar. Dengan menggunakan skala likert sebagai berikut:
  - Skor 4 untuk jawaban Sangat Setuju (SS).
  - Skor 3 untuk jawaban Setuju (S).
    - Skor 2 untuk jawaban Tidak Setuju (TS).

- Skor 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS).

2. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil. Teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada

laporan tentang diri sendiri.

Sugiyono, (2012; 130).

3. Observasi, yaitu: suatu proses yang kompleks, suatu proses penelitian yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis, dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. sugiyono (2012;145). Dalam hal ini observasi diambil di Toko Kautsar.

Usia (Tahun)	Jumlah (Orang)	Presentase
17-20	48	17.8%
21-25	66	24.4%
26-30	96	35.6%
31-50	60	22.2%
<b>Total</b>	<b>270</b>	<b>100%</b>

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Deskripsi Umum Responden

Penelitian ini dilakukan pada Konsumen toko Kautsar yang berada di Desa Lowayu kecamatan Dukun Kabupaten Gresik. Data penelitian ini diperoleh dari penyebaran kuesioner yang diberikan kepada 270 Konsumen toko Kautsar yang sebagai sampel.

#### a. Karakteristik Responden

Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Presentase
Laki-laki	81	30%
Perempuan	189	70%
<b>Total</b>	<b>270</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 2**

### Karakteristik Responden

#### Berdasarkan Jenis Kelamin

Sumber: Data Penelitian Diolah

Tabel diatas menunjukkan bahwa responden yang berjenis kelamin perempuan lebih besar dari responden yang berjenis kelamin laki-laki, dengan rincian 70 persen responden berjenis kelamin perempuan dan 30 persen responden berjenis kelamin laki-laki.

#### b. Karakteristik Responden berdasarkan Usia

Berdasarkan keadaan tersebut dibuat pengelompokan usia yang mencakup usia tertinggi dan terendah dari pelanggan. Berikut karakteristik responden berdasarkan usianya dapat dilihat dalam tabel 3

**Tabel 3**

### Karakteristik Responden

#### berdasarkan Usia

Sumber: Data Penelitian Diolah

Tabel diatas menunjukkan bahwa dari 270 responden dalam penelitian ini sebagian besar berusia 26– 30 tahun dengan rincian sebesar 35,6 persen

#### c. Karakteristik Responden berdasarkan pekerjaan

**Tabel 4**

### Karakteristik Responden

#### berdasarkan pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Presentase
Pelajar	49	18.1%
IRT	103	38.1%
Pegawai swasta	115	42.6%
PNS	3	1.1%

<b>Total</b>	<b>270</b>	<b>100%</b>
--------------	------------	-------------

Sumber: Data Penelitian Diolah

Diolah

Sumber: Data Penelitian

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa dari 270 kuesioner yang disebarluaskan dapat diketahui bahwa jumlah responen terbesar didominasi oleh Pegawai swasta.

d. Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan

**Tabel 5**  
**Karakteristik Responden**  
**berdasarkan Pendapatan**

Pendapatan	Jumlah	Presentase
0-1 juta	161	59.6%
Lebih dari 1 juta	18	6.7
Kurang dari 3 juta	55	20.4
Lebih dari 3 juta	36	13.3
<b>Total</b>	<b>270</b>	<b>100</b>

Sumber: Data Penelitian Diolah

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa, sebagian besar responden berpenghasilan kurang dari 1 juta yang mencapai presentase 59,6 persen, diikuti dengan responden yang berpenghasilan kurang dari 3 juta yang mencapai 20.4 persen, dan 13.3 persen berpenghasilan lebih dari 3 juta, dan yang paling sedikit responden yang berpenghasilan lebih dari 1 juta yang hanya mencapai presentase 6.7 persen saja.

e. Karakteristik Responden berdasarkan Pembelian

**Tabel 6**  
**Karakteristik Responden**  
**berdasarkan Pembelian**

Pembelian	Jumlah	Presentase
2 kali	21	7.8%
6-10 kali	23	8.5%
10 kali	55	20.4%
Lebih dari 15 kali	171	63.3%
<b>Total</b>	<b>270</b>	<b>100%</b>

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa, sebagian besar responden melakukan pembelian pada toko Kautsar sebanyak Lebih dari 15 kali dan sebulan yang mencapai presentase sebesar 63.3 persen,

## 2. Uji Instrumen

### a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner (Ghozali dalam Putri 2013:52).

Dalam penelitian ini menggunakan cara membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom (df)* =  $n - 2$ , dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel. Pada penelitian ini jumlah sampel ( $n$ ) = 270 dan besarnya  $df$  dapat dihitung  $270 - 2 = 268$  dengan  $df = 268$  dan  $\alpha = 0,05$  dapat  $r$  tabel = 0,119.

Hasil uji Validitas Untuk masing-masing variabel dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 7  
Hasil Uji Validitas  
variabel X1,X2,X3, dan Y

No	Item	r tabel	r hitung	Keterangan
1	Harga			
	Indikator 1	0.119	0.829	Valid

	Indikator 2	0.119	0.826	Valid	Cronbach Alpha, variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0.60 (Ghozali, 2006:42).
	Indikator 3	0.119	0.776	Valid	
	Indikator 4	0.119	0.794	Valid	
2	<b>Kelengkapan</b>				
	Indikator 1	0.119	0.847	Valid	Hasil Uji Reliabilitas
	Indikator 2	0.119	0.869	Valid	Untuk maing-masing
	Indikator 3	0.119	0.871	Valid	variabel dapat dilihat pada
	Indikator 4	0.119	0.867	Valid	tabel berikut ini.
3	<b>Pelayanan</b>				Tabel 8
	Indikator 1	0.119	0.857	Valid	Hasil Uji Reliabilitas
	Indikator 2	0.119	0.879	Valid	variabel Harga (X1)
	Indikator 3	0.119	0.850	Valid	<b>Reliability Statistics</b>
	Indikator 4	0.119	0.843	Valid	Cronbach's Alpha N of Items
4	<b>Kepuasan</b>				.821 4
	Indikator 1	0.119	0.914	Valid	Sumber: Data Penelitian
	Indikator 2	0.119	0.930	Valid	Diolah
	Indikator 3	0.119	0.938	Valid	Instrumen dikatakan reliabel jika niali cronbach's alpha > 0.60. Pada signifikansi 0.05 Dari tabel menyatakan bahwa instrument pernyataan diatas nilai cronbach's alpha (0.821) lebih besar 0.60. Maka dapat dikatakan bahwa semua butir instrument variabel Harga adalah reliabel.

Sumber: Data Penelitian Diolah  
Berdasarkan tabel 7 menunjukkan bahwa seluruh item kuesioner dinyatakan valid. Hal ini ditunjukkan oleh semua item pernyataan menunjukkan hasil r hasil > r tabel (0.119), dengan demikian item tersebut dapat dikatakan Valid.

#### b. Uji Reliabilitas

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.886	4

eliabilitas digunakan untuk mengetahui instrument data itu dapat digunakan dan menghasilkan data yang konsisten atau sesuai dengan realita. Uji Reliabilitas melalui perhitungan SPSS diukur dengan uji statistik

signifikansi 0.05 Dari tabel menyatakan bahwa instrument pernyataan diatas nilai cronbach's alpha (0.821) lebih besar 0.60. Maka dapat dikatakan bahwa semua butir instrument variabel Harga adalah reliabel.

Tabel 9

Hasi  
l Uji  
Reliabilita  
s variabel  
Kelengkap

a

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.933	3

duk (X2)

Sumber: Data Penelitian  
Diolah

Sumber: Data Penelitian  
Diolah

Instrumen dikatakan reliabel jika nilai cronbach's alpha > 0.60. Dari tabel menyatakan bahwa instrument pernyataan Kelengkapan Produk diatas nilai cronbach's alpha (0.886) lebih besar 0.60. Maka dapat dikatakan bahwa semua butir instrument variabel Kelengkapan Produk adalah reliabel.

Tabel 10  
Hasil Uji Reliabilitas variabel Kualitas pelayanan (X3)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.894	4

Sumber: Data Penelitian  
Diolah

Instrumen dikatakan reliabel jika nilai cronbach's alpha > 0.60. Dari tabel menyatakan bahwa instrument pernyataan Kualitas pelayanan diatas nilai cronbach's alpha (0.894) lebih besar 0.60. Maka dapat

bahwa semua

instrument variabel pelayanan adalah

Tab

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

Hasil Uji Reliabilitas variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Instrumen dikatakan reliabel jika nilai cronbach's alpha > 0.60. Dari tabel menyatakan bahwa instrument pernyataan Kepuasan Konsumen diatas nilai cronbach's alpha (0.933) lebih besar 0.60. Maka dapat dikatakan bahwa semua butir instrument variabel Kualitas pelayanan adalah reliable.

### 3. Analisis regresi linier berganda

Analisis regresi linier berganda ini digunakan untuk mengetahui adanya pengaruh variabel bebas yaitu, Harga X1, Kelengkapan produk X2, kualitas pelayanan X3, terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen Y apakah masing-masing variabel berpengaruh positif atau negatif, maka peneliti menggunakan regresi linier berganda dan pengolahannya dilakukan dengan menggunakan program SPSS 16.00 for Windows yang hasilnya sebagai berikut.

Tabel 12  
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

#### Coefficients<sup>a</sup>

1	(Con stan t)	1.983	.590		3.362	.001
	(X1)	.126	.051	.151	2.472	.014
	(X2)	.111	.039	.162	2.893	.004
	(X3)	.362	.049	.452	7.432	.000

a. Dependent Variable: (Y)

Sumber: Data penelitian diolah  
Persamaan Regresinya sebagai berikut

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 1.983 + 0.126X_1 + 0.111X_2 + 0.362X_3 + 0.590$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

a) Koefesien regresi Variabel Harga (X1) = 0.126

Artinya jika Variabel harga mengalami kenaikan 1% sementara Variabel kelengkapan produk dan kualitas pelayanan diasumsikan tetap, maka kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0.126. koefesien bernilai positif artinya terjadi hubungan yang positif antara harga dengan kepuasan konsumen , dengan harga yang baik dapat meningkatkan penjualan di Toko Kautsar Lowayu.

b) Koefesien Regresi Variabel Kelengkapan Produk (X2) = 0.111

Artinya jika Variabel kelengkapan produk mengalami kenaikan 1% sementara Variabel Harga dan kualitas pelayanan

diasumsikan tetap, maka kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0.111. koefesien bernilai positif artinya terjadi hubungan yang positif antara kelengkapan produk di toko Kautsar dengan kepuasan konsumen, semakin lengkap produk maka dapat meningkatkan kepuasan konsumen di Toko Kautsar Lowayu.

c) Koefesien Regresi Variabel Kualitas pelayanan (X3) = 0.362

Artinya jika Variabel kualitas pelayanan mengalami kenaikan 1% sementara Variabel Harga dan kelengkapan produk diasumsikan tetap, maka kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0.362. koefesien bernilai positif artinya terjadi hubungan yang positif antara kualitas pelayanan di toko Kautsar dengan kepuasan konsumen, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka dapat meningkatkan kepuasan konsumen di Toko Kautsar Lowayu.

d) Eror Term (e) = 0.590

Artinya setiap peningkatan akan variabel kepuasan konsumen (Y) selain dipengaruhi oleh kecenderungan meningkat atau menurunnya Variabel Harga, Kelengkapan produk, dan kualitas pelayanan ternyata dipengaruhi oleh

variabel lain yang ikut mempengaruhi variabel kepuasan konsumen ( $Y$ ) sebesar 0.590. Variabel lain yang dimaksudkan adalah variabel yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

#### PENGUJIAN HIPOTESA

##### 1) Uji signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi Variabel Independen berpengaruh signifikan terhadap Variabel dependen.

Hasil pengolahan data dengan uji t menghasilkan data sebagai berikut:

Tabel 13 Hasil Uji T  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	ANOVA <sup>b</sup>
	B	Std. Error		
1 (Constant)	1.983	.590		
(X1)	.126	.051	.151	
(X2)	.111	.039	.162	
(X3)	.362	.049	.452	

a. Dependent Variable:

( $Y$ )

Sumber: Data Penelitian

Diolah

##### a) Variabel Harga

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui nilai  $T$  hitung untuk variabel harga sebesar

2.472,  $T$  tabel sebesar 1.968 yang diambil pada signifikansi 0.05 pengujian dua arah  $df = n-k-1$

##### b) Variabel Kelengkapan Produk

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui nilai  $T$  hitung untuk variabel harga sebesar 2.893,  $T$  tabel sebesar 1.968 yang diambil pada signifikansi 0.05 pengujian dua arah  $df = n-k-1$ .

##### 2) Uji Signifikansi Pengaruh Simultan (Uji F)

Uji f digunakan untuk mengetahui apakah variabel Independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen atau tidak.

Hasil pengolahan data dengan uji f dapat menghasilkan data sebagai berikut:

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regresion	311.689	3	103.89	68.6	.0490
Residual	403.511	266	1.517		
Total	715.200	269			

a. Predictors: (Constant), (X3), (X2), (X1)

b. Dependent Variable: ( $Y$ )

Dari tabel diatas dapat diketahui  $F$  hitung sebesar 68.490 dengan menggunakan taraf signifikansi

0.05. df 1 (jumlah Variabel-1) =3 sedangkan df 2 (n-k-1) = 266, maka diperoleh F tabel sebesar 2.638.

#### KOEFESIEN DETERMINASI ( $R^2$ )

Untuk mengetahui besar presentase pengaruh dan hubungan yang terjadi antara Variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen maka harus melakukan analisis determinasi data.

Analisis korelasi ganda (R), hasil analisisnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 15  
Koefesien Determinasi ( $R^2$ )  
dan Koefisien Korelasi Berganda  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Mod el	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.660 <sup>a</sup>	.436	.429	1.22165

a. Predictors: (Constant), (X3), (X2), (X1)

b. Dependent Variable: (Y)

Sumber: Data Penelitian Diolah

#### KOEFESIEN DETERMINASI

Menunjukkan seberapa besar presentase Variabel-variabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variabel-variabel independen.  $R^2$  sama dengan 0, maka tidak ada sedikitpun presentse menjelaskan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen, atau variabel-variabel independen yang digunakan dalam model tidak menjelaskan sedikitpun variabel-variabel

dependen. Sebaliknya  $R^2$  sama dengan 1, maka presentas menjelaskan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen atau variabel-variabel independen yang digunakan dalam model menjelaskan 100% variabel-variabel dependen. Berdasarkan tabel diatas diperoleh angka  $R^2$  ( R Square) sebesar 0.436 atau 43.6% hasil menunjukkan bahwa presentase menjelaskan Pengaruh variabel independen (Harga, Kelengkapan produk, dan kualitas pelayanan) terhadap variabel dependen (Kepuasan konsumen) sebessar 43.6%. Sedangkan sebesar 56.4% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukan dalam model penelitian ini.

#### ANALISIS KORELASI GANDA (R)

Digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen secara serentak. Koefesien ini menunjukkan seberapa besar hubungan yang terjadi antara variabel independen (X) secara serentak terhadap variabel dependen (Y). Nilai R berkisar antara 0 sampai 1, nilai semakin mendekati 1 berarti hubungan yang terjadi semakin kuat. Sebaliknya nilai semakin mendekati 0 maka hubungan yang terjadi semakin lemah. Berdasarkan tabel diatas diperoleh angka R sebesar 0.660 Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang sangat kuat antara Harga, kelengkapan produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

#### Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis penelitian tentang Pengaruh Harga, Kelengkapan produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Toko Kautsar, diperoleh keterangan secara simultan ketiga variabel independen tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Menurut Veloutsou dalam Wibowo (2013) kepuasan dapat didefinisikan secara sederhana sebagai suatu situasi dimana kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen terpenuhi. Besarnya pengaruh ketiga variabel tersebut terhadap kepuasan konsumen adalah 43.6%. Jadi, dengan melihat besarnya pengaruh ketiga variabel independen tersebut terhadap kepuasan konsumen maka sudah sepatutnya ketiga variabel tersebut menjadi perhatian khusus bagi pihak pengelola Toko Kautsar.

dipertimbangkan oleh konsumen dalam membeli produk disamping kualitas produk, merek dan sebagainya, oleh sebab itu peritel hendaknya menetapkan harga yang paling tepat dalam arti dapat memberikan keuntungan dalam jangka pendek dan jangka panjang. Jika harga yang ditetapkan oleh sebuah perusahaan tidak sesuai dengan manfaat produk maka hal itu dapat menurunkan tingkat kepuasan pelanggan, dan sebaliknya jika harga yang ditetapkan oleh sebuah perusahaan sesuai dengan manfaat yang diterima maka akan meningkatkan kepuasan Konsumen. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ari Susanto Wibowo (2013), mengenai Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan konsumen pada

### 1. Ada hubungan antara harga dengan kepuasan Konsumen

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh harga secara parsial yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen yang sedang berbelanja. Berdasarkan hasil perhitungan untuk variabel Harga ( $X_1$ ) diperoleh nilai t hitung sebesar 2.472 oleh karena itu t hitung (2.472) > t tabel (1.968), maka  $H_0$  ditolak yang berarti bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen toko Kautsar.

Hasil ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Tjiptono dalam putri (2013:36) Harga adalah salah satu faktor yang

Rumah Makandi Kota Purwokerto. Dalam penelitiannya bahwa harga berpengaruh Positif terhadap kepuasan konsumen. Juga penelitian yang dilakukan oleh Hambar Pujo Utomo (2015), mengenai Analisis pengaruh harga, promosi, pelayanan, dan ketersediaan produk terhadap kepuasan konsumen pada Minimarket Alfamart dan Galaxy cabang Nepen Boyolali. Menunjukan bahwa harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

**2. Ada hubungan antara kelengkapan produk dengan kepuasan konsumen** Berdasarkan hasil perhitungan untuk variabel Kelengkapan produk ( $X_2$ ) diperoleh nilai  $t$  hitung sebesar 2.893 oleh karena itu  $t$  hitung (2.893)  $>$   $t$  tabel (1.968), maka  $H_0$  ditolak yang berarti bahwa variabel Kelengkapan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen toko Kautsar.

Hasil ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Ma'ruf dalam Prabowo (2015) Kelengkapan produk adalah kegiatan pengadaan barang-barang yang sesuai dengan bisnis yang dijalani toko (produk berbasis makanan, pakaian, barang kebutuhan rumah, produk umum, dan lain-lain atau kombinasi) untuk di sediakan dalam toko pada jumlah, waktu, dan harga yang sesuai untuk mencapai sasaran toko atau perusahaan ritel. Produk di beli oleh konsumen karena dapat memenuhi kebutuhan tertentu atau memberi manfaat tertentu.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wahyu Nur Prabowo (2015). Mengenai Pengaruh Harga, promosi, lokasi, kelengkapan produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, dalam penelitiannya bahwa kelengkapan produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Juga penelitian yang dilakukan oleh Hendrikus Arinanda (2009) mengenai Analisis Pengaruh Variabel pembentuk kepuasan konsumen pada Ritel Minimarket dan Indomaret di wilayah Pesanggrahan Jakarta Selatan,

dalam penelitiannya kelengkapan produk memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Dan bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Amalina Yulita (2014) mengenai Analisis Pengaruh Retail Mix terhadap kepuasan konsumen di Swalayan Yogyakarta yang hasilnya menunjukkan bahwa variabel kelengkapan produk berpengaruh negatif terhadap kepuasan konsumen.

**3. Ada hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen**

Berdasarkan hasil perhitungan untuk variabel Kualitas pelayanan ( $X_3$ ) diperoleh nilai  $t$  hitung sebesar 7.432 oleh karena itu  $t$  hitung (7.432)  $>$   $t$  tabel (1.968), maka  $H_0$  ditolak yang berarti bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen toko Kautsar.

Hasil ini sesuai dengan teori yang dikemukakan Yulianto dalam Prabowo (2015) bahwa Kualitas pelayanan menjadi hal utama yang diperhatikan serius oleh perusahaan, yang melibatkan seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan. Semakin bagus Kualitas pelayanan perusahaan maka perusahaan memiliki keunggulan dalam memenuhi keinginan konsumen.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Noor Fuad (2013), dalam Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Citra Toko terhadap kepuasan konsumen Toko Ritel (studi pada Toko Amin Jaya Jepara), bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh Positif Terhadap Kepuasan Konsumen. Dan Merry Setia Kusuma Putri, Setiyo Budiadi

(2013) dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Lombok Hijau Lamongan. Menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

**4. Ada hubungan antara harga, kelengkapan produk dan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen**

Berdasarkan perhitungan secara simultan untuk Variabel Harga ( $X_1$ ), Kelengkapan Produk ( $X_2$ ), dan Kualitas Pelayanan ( $Y$ ) diperoleh nilai F hitung sebesar (68.490) oleh karena F hitung (68.490)  $> F$  tabel (2.638) maka  $H_0$  ditolak yang berarti bahwa Variabel Harga, Kelengkapan produk, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

#### PENUTUP

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hipotesis 1 diduga variabel harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen toko kautsar. Maka terbukti bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada toko Kautsar Lowayu Dukun Gresik Hal ini dapat dilihat dengan nilai t hitung (2.472)  $> t$  tabel (1.968).
2. Berdasarkan hipotesis 2 diduga variabel kelengkapan produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen toko kautsar. Maka terbukti bahwa kelengkapan

produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada toko Kautsar Lowayu Dukun Gresik Hal ini dapat dilihat dengan nilai t hitung (2.893)  $> t$  tabel (1.968).

3. Berdasarkan hipotesis 3 diduga variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen toko kautsar. Maka terbukti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada toko Kautsar Lowayu Dukun Gresik Hal ini dapat dilihat dengan nilai t hitung (7.432)  $> t$  tabel (1.968).
4. Berdasarkan hipotesis 4 diduga variabel harga, kelengkapan produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen toko kautsar. Maka terbukti bahwa harga, kelengkapan produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada toko Kautsar Lowayu Dukun Gresik Hal ini dapat dilihat dengan nilai F hitung (68.490)  $> F$  tabel (2.638).

#### SARAN

Saran yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sebaiknya para pemilik Toko Kautsar agar lebih memperhatikan pada harga yang akan ditetapkan. Harga produk yang terlalu mahal dari pesaing seperti harga kebutuhan pokok (minyak goreng, beras dll) sebaiknya sedikit diturunkan atau dengan cara mencari supplier yang lebih murah, sehingga dapat menjual barang dengan harga yang terjangkau, harga produk yang terjangkau menjadi salah satu hal yang dapat

- menarik perhatian konsumen. Oleh karena itu hendaknya pihak pemilik dan pengelola harus benar-benar tepat dalam menetapkan harga dengan diimbangi kualitas produk yang baik.
2. Selain faktor harga, kelengkapan produk merupakan hal yang berkaitan dengan kepuasan konsumen, barang kebutuhan pokok bayi seperti susu formula dan diapers sebaiknya perlu ditingkatkan ketersediannya, karena didapati barang tersebut sering kehabisan stok. Oleh karena itu pihak toko Kautsar seharusnya mampu melengkapi produknya agar dapat semakin meningkatkan kepuasan konsumen.
  3. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini diketahui besarnya koefisien pengaruh harga, kelengkapan produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu peneliti selanjutnya disarankan untuk mampu mengembangkan hasil dari penelitian ini. Peneliti selanjutnya Peneliti menyarankan dalam penelitian selanjutnya untuk tidak hanya mengambil sudut pandang dari konsumen atau pengunjung saja, akan tetapi juga sudut pandang dari pihak Toko Kautsar.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Albertus Ferry Rostya. 2012. **Analisis Pengaruh Harga, Kualitas produk, dan Kualitas Layanan Terhadap kepuasan Pelanggan (studi pada Waroeng serb Sambal cabangLamper sari Semarang).**Universitas Negeri Semarang. Semarang. Jurnal.
- Arinanda, Hendrikus. 2009. **Analisis Variabel Kepuasan Konsumen pada Ritel Minimarket Alfamart dan Indomaret di Wilayah Pesanggrahan Jakarta Selatan.**Universitas Gunadarma. Jakarta. Jurnal.
- Budiadi, Setiyo dan Putri, Merry Setia Kusuma. 2013. **Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah makan Lombok Hijau Lamongan.** Universitas Negeri Surabaya. Surabaya. Jurnal.
- Fuad, Noor. 2013. **Pengaruh kualitas produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Toko Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Ritel (studi pada Toko Amin Jaya Jepara).**Universitas Diponegoro. Semarang. Jurnal.
- Happy, Wendi Ardiawan. 2009. **Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus pada Luwes Loji Wetan Solo)** Universitas Sebelas Maret. Surakarta. Jurnal.
- Keller, Kevin Lane, Philip Kotler, 2009. **Manajemen Pemasaran**, Edisi 13 jilid 1, Penerbit ERLANGGA. Di cetak PT Glora Aksara Pratama.
- Prabowo, Wahyu Nur, 2015. **Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi, Kelengkapan Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen (studi empiris pada Konsumen Indomart di Kabupaten Karanganyar).** Universitas Muhammadiyah Surakarta. Surakarta. Jurnal.
- Putri, Rahayu Suciana. 2013. **Analisis Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Berbelanja (studi kasus pada Gelael Supermarket Ciputra Semarang)** Universitas Diponegoro. Semarang. Jurnal.

- Umam, Adin Nurul. 2011. **Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Yogyo Chicken.** Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Jurnal.
- Utomo, Hambar Pujo. 2015. **Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Pelayanan, dan Ketersediaan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Minimarket Alfamart dan Galaxy cabang Nepen Boyolali.** Universitas Muhammadiyah. Surakarta. Jurnal.
- Sugiyono, 2012. **Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.** Penerbit ALFABETA. Bandung.
- Wibowo, Ari Susanto. 2013. **Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Di kota purwokerto.** Universitas Negeri Semarang. Jurnal.
- Yulita, Amalina, 2014. **Analisis Pengaruh *Retail Mix* Terhadap Kepuasan Konsumen di Swalayan Menara Yogyakarta.** Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Yogyakarta. Jurnal.